



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
Facultad de Ciencias de la Comunicación

LA RADIO UNIVERSITARIA COMO MEDIO DE FORMACIÓN
DE FUTUROS PROFESIONALES EN ESPAÑA.
FUNDAMENTOS PARA LA CREACIÓN DE UN MODELO
FORMATIVO INTEGRAL



Tesis Doctoral
Regina Pinto Zúñiga

Directora
María Jesús Ruiz Muñoz

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad


Programa de Doctorado: Comunicación y Música

Málaga, 2015



Publicaciones y
Divulgación Científica

AUTOR: Regina Pinto Zúñiga

 <http://orcid.org/0000-0001-6487-6616>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**LA RADIO UNIVERSITARIA COMO MEDIO DE FORMACIÓN
DE FUTUROS PROFESIONALES EN ESPAÑA.
FUNDAMENTOS PARA LA CREACIÓN DE UN MODELO
FORMATIVO INTEGRAL**

Tesis Doctoral

Doctoranda: Regina Pinto Zúñiga

Directora: María Jesús Ruiz Muñoz

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Programa de Doctorado: Comunicación y Música

Málaga, 2015



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Departamento de
Comunicación Audiovisual
y Publicidad

En mi calidad de directora de la tesis doctoral de D^a. Regina Pinto Zúñiga, titulada “La radio universitaria como medio de formación de futuros profesionales en España. Fundamentos para la creación de un modelo formativo integral” y realizada en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad,

DESEO HACER CONSTAR

Que la citada tesis cumple los requisitos académicos exigidos y, por tanto,

AUTORIZO su presentación para ser defendida en el correspondiente tribunal.

Fdo.: María Jesús Ruiz Muñoz

En Málaga, a 10 de julio de 2015

*A mi marido Paco, a mi niña Dalia, mis amores,
mi alegría cada mañana, mi pasión, mi ilusión, la razón de mi vida.*

*A los dos angelitos que se quedaron por el camino
durante este proceso, gracias por hacerme más fuerte.*

*A mi madre, Rocío, por enseñarme con tanto cariño
que conseguiré siempre todo aquello que me proponga.*

A mi padre, Jose, por educarme en que cada reto requiere un esfuerzo.

A mi hermana, Rocío, por echarme una mano siempre que lo necesito.

A mi familia, por apoyarme siempre en cada momento de mi vida.

*A mi familia Plaza Rosado, por su ayuda y ánimo
durante cada andadura que emprendo.*

*A mis niñas de la carrera, Ana, Alba, Rocío, Violeta,
y también a Antonio, sin los que seguramente no habría llegado hasta aquí,
y por la amistad que dura ya tantos años.*

*A nuestros amigos y a sus peques,
por los momentos de relax y diversión que pasamos juntos,
sin los que sería imposible tomar fuerzas y continuar trabajando.*

A todos vosotros, infinitamente gracias.

AGRADECIMIENTOS

Quiero comenzar esta tesis agradeciendo la confianza depositada en mí por mi directora, María Jesús Ruiz, por tu ayuda, por tu tiempo, por tu buen hacer, por los ánimos que me has dedicado en cada momento, por tu constancia, por ser una directora ejemplar.

A José Luis Campos, por ayudarme al principio de esta andadura aunque finalmente no pudiera ser, por tu apoyo y por tu trabajo.

A Daniel Martín, por tu colaboración incondicional, por tu ayuda, por tus ánimos, por tu tiempo, por tus consejos, por tus ideas, por tu ejemplo.

A cada responsable de emisora de radio universitaria que se ha prestado a colaborar en esta investigación con tanta celeridad y predisposición, a Ignacio de Lorenzo, Luis Javier Capote, Paloma Contreras, Juan José Ceballos, Sonia Martínez, Manuel Sánchez, Carmen Revillo, Carmen Aparisi, Esther Benavides, Nereida López, Daniel Fernández, Remei Castelló, Isabel M^a García, Bruno Aceña, Carmen Marta, Miguel Ángel Ortiz, Elena Villegas, Josep M^a Palau, Ángels Álvarez, Mercedes Martínez, Cristina Rodríguez y Julio Ángel Olivares.

A los miembros de la Universidad de Málaga, Inmaculada Postigo, Marcial García, Tecla Lumbreras, J. Carlos del Castillo, Juan Tomás Luengo, Antonio Castillo, así como a los compañeros del despacho 61, por vuestra ayuda e interés por este trabajo.

A las personas que han hecho y hacen un ejemplo de la Cadena SER en Málaga, a Edu Martín, a José Manuel Atencia, a Óscar Ramírez, a Jesús Sánchez, gracias por confiar siempre en mí, por darme la oportunidad de aprender de los mejores y por colaborar en cada investigación para la que os pido ayuda.

A Ana Sedeño, por iniciarme en el ámbito académico científico a través de la dirección de mi tesina, por tu trabajo, por tu ejemplo.

A mi marido Paco Plaza, por realizar la fotografía de la portada así como el resto de imágenes utilizadas para la defensa, que han ayudado a poner la guinda del pastel a este duro trabajo.

Y a todas las personas que de un modo u otro han colaborado para que esta investigación se haya realizado con éxito... A todos, mil gracias por estar ahí.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1- Contexto del objeto de estudio.....	4
2- Antecedentes	6
3- Justificación.....	10
4- Problema.....	14
5- Objetivos	17
6- Hipótesis	18
7- Planteamiento de la investigación.....	18
7.1- Universo de estudio	24
7.2- Métodos de recolección y procesamiento de la información.....	31
7.3- Cuestionarios utilizados para la investigación.....	33
I. CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO	40
1- De la radio educativa a la radio universitaria	42
2- Inicios de la radio universitaria en España.....	48
2.1- Radio Campus	52
2.2- Radio Universidad de Salamanca.....	54
3- La radio universitaria en España en la actualidad.....	56
4- La radio universitaria en Andalucía	63
4.1- Análisis comparativo de las radios universitarias andaluzas	73
5- La radio universitaria ante la ley.....	81
5.1- Tratamiento de la radio universitaria ante la ley en Argentina	82
5.2- Tratamiento de la radio universitaria ante la ley en España	85
5.3- Soluciones para optar a una licencia de FM en las radios universitarias	106
6- Modelos de radio universitaria según su gestión	110
6.1- Modelo de radio local profesional de referencia: Cadena SER Málaga..	123
7- Estructura técnica: sistema de difusión e infraestructura.....	140
7.1- Infraestructura	140
7.2- La radio universitaria on line y las apps	151
7.3- <i>Software</i> para la emisora	158
8- La formación de los alumnos en las radios universitarias españolas	162
8.1- Planes de estudio y emisoras de radio universitarias	164
8.2- Universidades con planes de estudios unidos a la radio universitaria ...	181
8.2.1- 98.3 Radio Universidad de Navarra	181
8.2.2- Europea Radio. Universidad Europea de Madrid.....	186
8.3- Emisoras y métodos de formación alternativos.....	191
8.3.1- Onda Campus. Universidad de Extremadura	191
8.3.2- Emisoras de radio universitaria y otros tipos de formación.....	195
II. CAPÍTULO: ESTUDIO DEL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS. MATERIAL Y MÉTODOS.....	204
1.- Situación de las emisoras universitarias españolas durante el curso 2014/2015	206
1.1- Onda Campus Radio. Universidad de Extremadura	206

1.2- Radio Campus. Universidad de La Laguna	213
1.3- 98.3 Radio. Universidad de Navarra	220
1.4- UniRadio Huelva. Universidad de Huelva	229
1.5- Europea Radio. Universidad Europea de Madrid.....	236
1.6- InfoRadio UCM. Universidad Complutense de Madrid	244
1.7- Radio Universidad de Salamanca. Universidad de Salamanca.....	250
1.8- Radio UMH. Universidad Miguel Hernández de Elche	255
1.9- UPV Ràdio. Universitat Politècnica de València	261
1.10- Vox UJI Ràdio. Universitat Jaume I.....	267
1.11- Radiounivresidad.es o UAL Radio. Universidad de Almería.....	273
1.12- Radio UVA. Universidad de Valladolid.....	280
1.13- Radio UniZar.es. Universidad de Zaragoza	286
1.14- RUAH Alcalá. Radio Universitaria de Alcalá de Henares.....	293
1.15- Radio Universitat. Universitat de València	299
1.16- iRadio UCAM. Universidad Católica de Murcia.....	306
1.17- Radio USJ. Universidad San Jorge de Zaragoza	313
1.18- Radio URJC. Universidad Rey Juan Carlos.....	320
1.19- UPF Ràdio. Universitat Pompeu Fabra.....	329
1.20- Radio CEU. Universidad CEU Cardenal Herrera.....	336
1.21- OnCEU Radio. Universidad CEU San Pablo	343
1.22- UniRadio Jaén. Universidad de Jaén.....	350
2.- Resultados de la investigación.....	358
2.1- Características técnicas de las emisoras	358
2.1.1- Cargos de los entrevistados.....	358
2.1.2- Titularidad de las Universidades que albergan las emisoras	359
2.1.3- Año de creación de las emisoras	359
2.1.4- Dependencia o gestión de las estaciones.....	361
2.1.5- Mecanismos de financiación	364
2.1.6- Responsabilidad social en las emisoras universitarias	367
2.1.7- Tipo de cuñas publicitarias.....	369
2.1.8- Función predominante de la emisora de radio universitaria.....	369
2.2- Organización de las emisoras	372
2.2.1- Áreas de trabajo, puestos y personas que las componen	372
2.2.2- Categoría laboral del personal que trabaja en la emisora.....	382
2.2.3- Voluntarios sin remuneración.....	386
2.2.4- Retribución para PD y PAS.....	390
2.2.5- Normativa propia / estatutos de la emisora.....	392
2.2.6- Convocatorias y procesos de selección de becarios y voluntarios	393
2.2.8- Plan de trabajo y organización diaria de la emisora.....	397
2.3- Formación de estudiantes en la emisora	400
2.3.1- Titulaciones de grado y asignaturas en las emisoras analizadas	400
2.3.2- Tipos de formación en la radio universitaria.....	402
2.3.3- Opinión de los responsables sobre la formación en la radio universitaria	405
2.3.4- Principales carencias de los alumnos detectadas en el momento de su incorporación a la emisora	406
2.3.5- Evaluación de la participación de los alumnos en la emisora de radio universitaria	410
2.3.6- Reconocimiento de la participación de los estudiantes en la emisora	411
2.4.- Estructura técnica e infraestructura.....	413
2.4.1- Tipo de emisión.....	413

2.4.2- Página web de la radio universitaria	415
2.4.3- Aplicación para la escucha mediante dispositivos móviles	417
2.4.4- <i>Software</i> y sistemas operativos utilizados.....	418
2.4.5- Puestos de redacción disponibles en las emisoras de radio universitarias	422
2.4.6- Estudios disponibles en las emisoras de radio universitarias	423
2.4.7- Grabadoras disponibles	425
2.5- Programación de las emisoras de radio universitarias.....	426
2.5.1- Radio universitaria generalista, especializada o mixta.....	426
2.5.2- Divulgación científica en las estaciones de radio universitarias.....	428
2.5.3- Derechos de autor.....	430
2.5.4- Conocimiento de la audiencia para la elaboración de la programación	432
2.6- La audiencia en las estaciones de radio universitaria.....	433
2.6.1- Audiencia aproximada e instrumentos de medición.....	433
2.6.2- Repercusión en las redes sociales.....	435
2.6.3- Campañas para dar a conocer la emisora de radio universitaria.....	437
2.6.4- Importancia de la audiencia para la emisora de radio universitaria	438
2.7- Código deontológico y libro de estilo.....	440
2.7.1- Código deontológico	440
2.7.2- Libro de estilo	442
2.7.3- Normas de funcionamiento interno	443
2.8- Valoración general de los responsables de las radios universitarias.....	444
2.8.1- Postura sobre la legalización de las emisoras de radio universitarias en España	444
2.8.2- Qué mejorar en las radios universitarias.....	445
2.8.3- Consejos para la creación de una emisora universitaria.....	448
III. CAPÍTULO: CONSTRUYENDO UNA RADIO UNIVERSITARIA PARA FORMAR PROFESIONALES. PROPUESTA DE MODELO DE EMISORA UNIVERSITARIA.....	452
1- Planteamiento	454
1.1- Estudio de caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.....	456
1.1.1- Escuela de Radio Campus UMA.....	458
1.1.2- Comsolidar. Proyecto de Innovación Educativa.....	462
1.1.3- Galería Central: Proyecto de Innovación Educativa.....	470
1.2- Análisis DAFO para la puesta en marcha de una radio universitaria en la UMA	477
1.3- Fundamentos para la creación de un modelo formativo integral según el Marco Europeo de Cualificaciones.....	480
1.4- Fundamentos para la creación de un modelo de radio en la UMA	490
1.5- Propuesta de un modelo de radio universitaria.....	496
1.5.1- Estructura y organización de una radio universitaria	497
1.5.2- Normativa, estatutos y documentos importantes en una radio universitaria	504
1.6- Vinculación de la emisora universitaria con la formación reglada.....	509
1.7- Propuesta de plan de formación en radio para estudiantes de Comunicación Audiovisual y Periodismo en la radio universitaria	515
1.8- Audiencia y programación.....	531
CONCLUSIONES	538

FUENTES CONSULTADAS	552
Bibliografía	554
Fuentes en línea.....	559
Fuentes orales.....	565
ANEXOS	568
ANEXO 1: Cuestionario/entrevista Inmaculada Postigo Gómez, Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.....	570
ANEXO 2: Cuestionarios/entrevistas a Coordinadores Proyectos PIE Facultad de Ciencias de la Comunicación UMA	575
ANEXO 3: Cuestionario/entrevista a Juan Tomás Luengo, Director del proyecto Escuela de Radio Campus UMA	584
ANEXO 4: Cuestionario para entrevistas a directores/coordinadores de emisoras universitarias españolas	591
ANEXO 5: Cuestionario/entrevista a José Manuel Atencia, Director de Contenidos de la Cadena SER Málaga.....	597
ANEXO 6: Cuestionarios/entrevistas a profesionales de la radio malagueña con vinculación académica como estudiantes de Ciencias de la Comunicación en la UMA.....	606
ANEXO 7: Cuestionario/entrevista a Juan Carlos del Castillo, PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA encargado del área de radio.....	615

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la formación práctica de los jóvenes constituye un pilar fundamental a la hora de encontrar un empleo. Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE) arrojados por la Encuesta de Población Activa (EPA) del cuarto trimestre de 2014, en total hay 33.400 desempleados en el sector 'Información y Comunicaciones', de los cuales 20.900 son hombres y 12.500 mujeres, personas preparadas, con estudios superiores, profesionales de la comunicación y del periodismo que no encuentran empleo. Por este motivo, es fundamental formar comunicadores y periodistas bien preparados.

La reformulación de los planes de estudios universitarios a través de la sustitución de las titulaciones tradicionales por los títulos de grado, entre otras, es una consecuencia de la premisa de que es necesario crear profesionales capaces de afrontar un presente y futuro en constante cambio. A parte de conseguir una homogeneización de los estudios universitarios en Europa, ya se contemplaba en el Documento-Marco que “estas titulaciones deberán diseñarse en función de unos perfiles profesionales con perspectiva nacional y europea y de unos objetivos que deben hacer mención expresa de las competencias genéricas, transversales y específicas (conocimientos, capacidades, y habilidades) que pretenden alcanzarse”.¹ En resumen, indicamos que los conocimientos, capacidades y habilidades de los que se habla en este documento, deben adquirirse mediante fórmulas teóricas y prácticas que se orientan hacia el autoaprendizaje del alumno mediante diferentes técnicas y herramientas, quedando en un plano más secundario las clases magistrales tradicionales. En este sentido, es conveniente que, al igual que un médico debe alcanzar una formación teórica y práctica completa antes de ejercer su profesión, un estudiante de la titulación de Comunicación Audiovisual o de Periodismo debería poder tener a su disposición algún medio

¹ Ministerio de Educación Cultura y Deporte, 2003. La integración del sistema universitario español en el Espacio Europeo de Enseñanza Superior. Documento-Marco.

de comunicación que le facilite este aprendizaje en un contexto real, tal y como ocurre en las mencionadas titulaciones de Ciencias de la Salud. En este sentido, sería ideal que cada universidad que albergara una titulación de Comunicación Audiovisual, Periodismo, o ambas, pudiera tener a disposición de los alumnos, un medio de comunicación en el que adquirir esos conocimientos, capacidades y habilidades que proporciona el trabajo o la colaboración en los mismos.

Aunque a lo largo de la investigación nos basamos en este razonamiento, promotor del estudio de veintidós emisoras de radio universitaria españolas, este tipo de estaciones o centros de producción, que podríamos considerar medios de comunicación alternativos, según la aportación de Green (1993: 265-266), también podrían contribuir a la educación de adultos más allá de la edad a la que terminan los estudios obligatorios, en cuanto a lo que llamaríamos alfabetización mediática.

Un fuerte argumento a favor de la exposición anterior sería que la mayoría de estas radios universitarias, por su propia naturaleza, carecen de presiones comerciales y competitivas que aseguren su supervivencia, por lo que podrían ser el ejemplo práctico ideal de medio de comunicación en el que se apliquen de manera pura los principios periodísticos de veracidad, objetividad, imparcialidad, pluralidad e independencia, un medio de comunicación en el que aprender y poner en práctica lo aprendido.

Entre los medios de comunicación existentes, hemos elegido para esta investigación el estudio de la radio universitaria española desde el punto de vista de la formación de profesionales de la comunicación. El medio radiofónico se estableció en España desde los años veinte partiendo de la EAJ-1 Radio Barcelona, estación que supuso el inicio de la radiodifusión española y germen de multitud de formatos y modelos. La radio universitaria podría constituir un medio ideal para empezar a trabajar en los medios de comunicación, dada la menor complejidad técnica en la que se basa, en

comparación con la televisión. Permite por otra parte la educación de la voz, una potente herramienta de comunicación que la mayoría posee y que puede ser moldeada y preparada, además de proporcionar un dominio de la expresión oral que adquirida como base, abre camino hacia otras formas y medios de comunicación. Según Rodero, “la radio es un medio sometido a unas características estéticas determinadas y que, por tanto, sin el dominio de la forma expresiva pierde no solo todo su encanto y misterio, sino también gran parte de su eficacia como vehículo transmisor de contenidos” (Rodero, 2003: 16). Es por esta razón por la que trabajar estos campos utilizando como herramienta una emisora de radio con las características mencionadas, podría suponer una formación adicional perfecta que complementa el trabajo realizado en las aulas en las titulaciones de comunicación mencionadas.

1- Contexto del objeto de estudio

La radio universitaria en España es un concepto de medio de comunicación que se desarrolla y formula de manera diferente según la universidad en la que esté implantada. A lo largo de esta investigación conoceremos cuáles son esos modelos, cómo funcionan en su día a día, en qué se diferencian unos de otros, cuáles son sus semejanzas, objetivos y hacia dónde se dirigen, en un futuro próximo que está en constante movimiento.

Uno de los motivos por los cuales se produce este cambio continuo está constatado por estudiosos del tema como Fidalgo (2009), que indica que desde principios del siglo XXI, se ha producido un fenómeno de proliferación de las radios universitarias gracias a la aparición de las nuevas tecnologías. Araya por su parte afirma que las emisoras son un recomendable espacio de experimentación, y que tanto las estaciones como los programas estudiantiles reúnen condiciones de laboratorio, en el cual los alumnos pueden aprender a producir radio de manera profesional:

en Estados Unidos y en Europa, las emisoras estudiantiles abren espacio a los alumnos de las carreras de Comunicación y Periodismo de las universidades

públicas y privadas. Este trabajo voluntario les permite adquirir experiencia profesional, al mismo tiempo que aprenden y se divierten. En estas latitudes, los jóvenes cuentan con la figura de la asesoría académica, a cargo de una persona docente quien generalmente pertenece a la Facultad o Escuela de Comunicación, supervisa los procesos de formación en la emisora y, en la mayoría de los casos, actúa como responsable del medio ante la escuela, la universidad y la comunidad. (Araya, 2009: 37- 44)

Por otro lado, Hernán señala que “la radio como recurso educativo es un medio adecuado para lograr la actualización de la información que el alumno conoce y dotarla de vida” (Hernán-Serrano, 1997: 23). En este caso la radio universitaria se convierte en un recurso educativo y formativo, pues el objetivo de la misma es dotar de un lugar en el que realizar prácticas a los alumnos de Ciencias de la Comunicación, además de ser un vínculo entre la universidad y la sociedad en general, que sin lugar a dudas, propiciará que sea un medio por el cual el oyente pueda obtener conocimientos que se generan en la propia universidad y a los que de otra manera tendría difícil acceso.

Hoy en día son 27 las Universidades Españolas que tienen adscrito su proyecto radiofónico en la Asociación de Radios Universitarias de España, aunque solo 24 se encuentran en activo. El propósito de esta investigación es implementar un modelo o matriz de radio universitaria que pueda servir de guía para una institución que esté interesada en poner en marcha una radio universitaria, con el objetivo de complementar la formación de los futuros profesionales de la comunicación. Para ello escogeremos en cada caso la emisora que a través de la documentación existente, así como del análisis científico realizado, consideremos exponente en cada apartado, para poder realizar una propuesta de modelo de radio ideal que pudiera poner en marcha un centro educativo superior que pretenda iniciar un proyecto de esta naturaleza.

2- Antecedentes

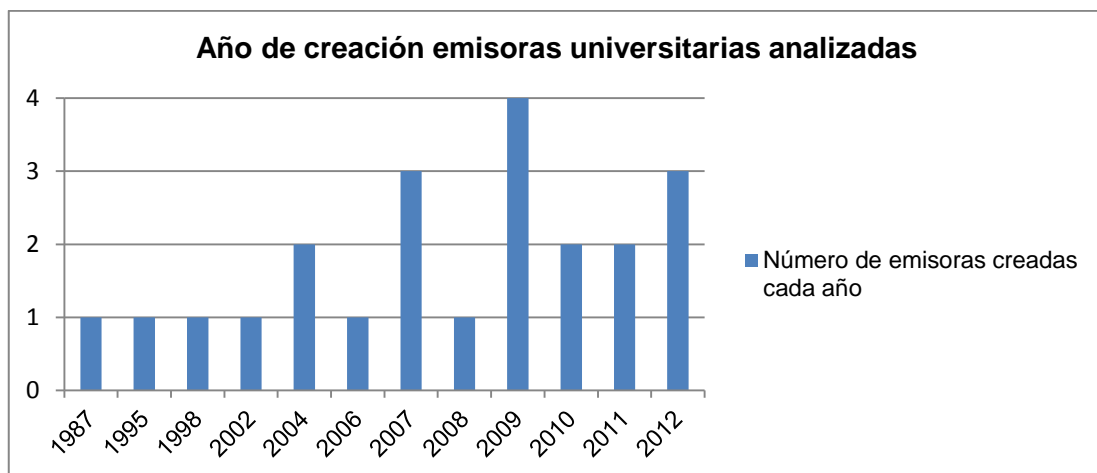
El objeto de estudio de esta investigación se centra en las radios universitarias españolas. En este país nace la primera emisora de radio universitaria en 1987, con el nombre de Radio Campus, en la Universidad de La Laguna de Tenerife. La proliferación de radios universitarias fue pausada, pues casi una década más tarde se creó Radio Universidad, emisora perteneciente a la Universidad de Salamanca. Los últimos cinco años del siglo XX sirvieron para que centros como la Universidad de León, la Universidad de La Coruña, Universidad de Navarra, Universidad Complutense de Madrid y Universidad Autónoma de Madrid, entre otras, dieran sus primeros pasos en el mundo de la radiodifusión española (Fidalgo, 2009).

Desde entonces, son muchas las emisoras que han emergido gracias al panorama actual en el que las nuevas tecnologías de la información facilitan el trabajo de la estación radiofónica (Fidalgo, 2009) así como su legalidad en algunos casos, gracias a la emisión por internet (Marta-Lazo y Martín, 2014), debido a la alegalidad en la que se encuentran este tipo de emisoras, ya que no están recogidas en la Ley General de la Comunicación Audiovisual Española, una cuestión que trataremos en páginas posteriores.

Es importante contemplar que Radio UNED, la emisora de la Universidad Nacional de Educación a distancia, nacida en 1974, constituye un caso particular, ya que no es una emisora universitaria al uso, aunque está considerada como la emisora que realiza las primeras transmisiones formativas radiofónicas procedentes de una institución formativa superior, con el objetivo de apoyar la enseñanza impartida a distancia por un cuerpo docente (Martín, 2013: 281). Es por ello que a lo largo de esta investigación estará considerada como emisora educativa, pero no formativa de futuros profesionales de la comunicación como plataforma de prácticas. Según Martín, se trata de una estación trabajada por docentes y profesionales cuyo fin es ofrecer una plataforma de formación virtual complementaria a los otros sistemas utilizados para apoyar y respaldar al alumno. El motivo de la

exclusión de esta emisora de la muestra seleccionada, radica en el carácter profesionalizado de la misma, ya que gran parte de los colaboradores son profesores de la propia UNED y de otras instituciones de educación superior y expertos de distintas empresas y grupos sociales.

Para ilustrar el crecimiento exponencial que se ha producido en cuanto a la creación de emisoras de radio universitarias, presentamos este gráfico que se ha elaborado partiendo de los datos obtenidos mediante esta investigación:



Fuente: Elaboración propia.

En el contexto internacional, cabe destacar que en Estados Unidos hacia 1917 comienzan las pruebas en las universidades de Pittsburgh, Detroit y Wisconsin. Oficialmente la Universidad de Últimos Santos en Salt Lake City es la que en 1921 logra una licencia oficial. Las Universidades de Wisconsin y Minnesota lo hacen un año más tarde. A partir de este momento muchas emisoras universitarias norteamericanas obtienen su licencia de emisión. Novelli y Hernando (2011: 17-18) aportan como dato que hacia finales del siglo XX superan las mil doscientas las estaciones universitarias que han obtenido las licencias para este fin en este territorio. Como elemento diferenciador, los autores indican que en Estados Unidos nos encontramos ante radios universitarias mayoritariamente desarrolladas por los propios estudiantes, lo que se denomina como *College Radio Station*, que se gestionan como un negocio propio o a través de una empresa auxiliar dentro del campus pero formando parte de la idiosincrasia del mismo. En EE.UU.

también existen emisoras educativas públicas, con la intención de servir como preparación a los estudiantes que junto a profesionales forman el personal de la emisora de radio, todo ello supervisado académicamente.

En Argentina llevan más de medio siglo de ventaja con respecto a España, en lo que se refiere al proceso de creación de emisoras universitarias. Novelli y Hernando (2011: 15-16) apuntan que es allí donde ve la luz la primera emisora de radio universitaria de América del Sur, creada y puesta en marcha por la Universidad de La Plata en 1923. En Colombia surge en 1933 la emisora cultural de la Universidad de Antioquia, en 1937 lo hace Radio UNAM (Radio de la Universidad Nacional Autónoma de México), un año más tarde nace la de la Universidad de San Luis de Potosí y hacia finales de la década de los años cuarenta, se crea la Radio Bolivariana de la Universidad Pontificia Bolivariana. Posteriormente, en la época de los años cincuenta surgieron emisoras universitarias argentinas como la de la Universidad Nacional de Córdoba y la Universidad Nacional de Tucumán, centros que según los autores, además poseían canales de televisión abierta, que han perdido o en los que han disminuido su participación a manos de capital privado en las tres últimas décadas. Entre los años cincuenta y sesenta comenzaron a emitir las principales emisoras universitarias argentinas, de manera que desde 1983 en adelante, casi todas las universidades públicas argentinas crean y ponen en marcha sus propias emisoras, siendo más de cuarenta las estaciones de radio argentinas que pertenecen a universidades hoy en día. En Colombia, son veintiocho las que están adscritas a una red estatal de radios universitarias en la actualidad, siendo la mejicana Radio UNAM uno de los más prestigiosos medios públicos de habla hispana.

Según Fidalgo (2009), en Europa, tres países han desarrollado principalmente las emisoras radiofónicas universitarias además de España: Inglaterra, Francia y Alemania. Los dos primeros países comenzaron sus emisiones en los años sesenta, mientras que en Alemania el gran desarrollo radiofónico ocurre en la década de los noventa. Fidalgo indica que las

tipologías radiofónicas europeas se ven unidas por la modalidad de licencia de emisión concedida; algunas universidades cuentan con una comercial, mientras que la mayoría tienen licencias culturales que obligan a la institución educativa a soportar los costes económicos y humanos de la emisora. En lo que se refiere al personal encargado de las estaciones de radio, el autor indica que nos encontramos con una variedad importante: aunque en Inglaterra abundan las emisoras de estudiantes, en Francia y Alemania hay mucha más variedad. Según indica, en las radios universitarias europeas las temáticas utilizadas son culturales, universitarias y principalmente de música alternativa que no se puede escuchar en las emisoras comerciales.

Coinciden con Fidalgo los autores Novelli y Hernando (2011: 18), que destacan algunas diferencias no solo entre países, sino también entre emisoras de un mismo país, como es el caso de las licencias de emisión, que según ellos, es lo que determina el modelo de funcionamiento y las diversas formas de financiación que hay entre ellas. Apuntan que algunas universidades cuentan con licencias comerciales, mientras que la mayoría posee licencias culturales sin fines de lucro, que inducen a la institución educativa a sufragar la totalidad de los costes de la emisora.

En el caso de Inglaterra, apareció la primera radio universitaria en 1960 manteniendo desde entonces un formato meramente estudiantil. Se denominan *student and schools radios*, y la mayoría están limitadas por una cobertura de 25 watts (5 kilómetros a la redonda) y son reguladas con rigor por el *Restrictive Service Licenses* (RSL), contabilizándose alrededor de 120, donde cerca de 80 son estudiantiles y el resto de educación media. Cavanagh (2009: 22 citado en Vázquez, 2013: 73), indica que estas emisoras, las *student radio stations*, pueden vender espacios publicitarios y tomar medidas para atraer patrocinadores, pero en su mayoría son financiadas por los sindicatos de estudiantes, es decir, por las subvenciones pagadas a los sindicatos de estudiantes como parte de su paquete de matrícula.

En Francia, Martín (2013: 48) afirma que la primera radio universitaria vinculada a una universidad nace en 1969 en la ciudad de Lille. El autor sostiene que surge en la clandestinidad y gracias a la motivación y las ganas de experimentación de los estudiantes del Institut Universitaire de Technologie, de la mano de uno de ellos, Christian Verwaerde, que prepara una rudimentaria antena y un minitransmisor para realizar las primeras emisiones esporádicas desde la Residencia Bachellard del campus de Villeneuve d'Ascq. Años más tarde, ese embrión, consigue llegar a los hogares situados a 3-4 km del campus, a la vez que se inician las emisiones de forma más constante y regular, siendo la precursora de un movimiento que condujo a la creación de nuevas *radios campus* en la década de los ochenta, junto con la liberación de la banda de FM.

Fidalgo (2009) asimila el caso alemán al español, con un desarrollo a partir de la década de los noventa. Martín (2013: 61) indica que las *hochschulradios*, como en Alemania se conocen las emisoras vinculadas a las instituciones educativas, que desarrollan sus emisiones tanto a través de FM como online, superaban el medio centenar ya en el año 2010.

3- Justificación

En páginas anteriores hemos tratado varios aspectos por los que sería recomendable que una universidad o centro de estudios superiores albergara una emisora de radio universitaria. Se da la paradoja de que hay universidades que no poseen titulaciones de Ciencias de la Comunicación y sin embargo albergan una emisora universitaria, así como hay universidades en las que se imparten Grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo, que no poseen emisora de radio universitaria. Durante esta investigación se da buena cuenta de lo importante que es para un centro educativo poseer un medio de comunicación como una emisora de radio, tal y como apoya Araya (2009: 37-44) en su investigación dedicada al análisis de audiencia de programas radiofónicos estudiantiles, proponiendo nosotros hacer más

hincapié si cabe en esta idea, al tratarse de formar a futuros profesionales de la comunicación en el ámbito de la universidad.

Tomaremos como referencia para este estudio la Universidad de Málaga, institución educativa que no posee medio alguno de comunicación cuyo enfoque esté orientado a que los alumnos de titulaciones de Ciencias de la Comunicación puedan desarrollar prácticas como una forma complementaria de aprendizaje. Es por este motivo por el que nos aventuramos a realizar este trabajo de marcado carácter práctico, con la intención de diseñar un modelo basado en la realidad de las veintidós emisoras universitarias analizadas, que permita que una institución educativa que desee poner en marcha un proyecto radiofónico, pueda tomar como referencia el modelo de emisora que se implementa a lo largo de esta tesis doctoral.

Por otro lado, para apoyar nuestra teoría de la importancia de que una institución educativa posea un medio de comunicación, en este caso, un medio radiofónico, aportamos la idea de Rodríguez (2001: 44), que afirma que cuando escuchamos nuestra voz a través de cualquier medio, nos damos cuenta de cómo son en realidad nuestras cualidades comunicativas como por ejemplo: la buena o la mala dicción, la extensión de nuestro vocabulario, la expresión gramatical, la entonación, aportando además que en educación se puede considerar el lenguaje como el principal instrumento de comunicación. En este sentido, una cualidad muy importante que posee la radio universitaria, es la de ofrecer la posibilidad al estudiante de Ciencias de la Comunicación de tomar conciencia de su propia capacidad comunicativa a la vez que le da la oportunidad de mejorarla. Tal y como Rodríguez considera que el lenguaje es el principal instrumento de comunicación en educación, en nuestro caso, el lenguaje sería la principal herramienta de aprendizaje en el medio radio.

Por otra parte, esta afirmación de Vázquez, ubicada en su tesis dedicada al estudio de la participación y formación de los jóvenes en las radios

universitarias, nos da pie a pensar que es posible y necesario implementar un modelo formativo para este tipo de emisoras:

Aunque todavía no existe un modelo pedagógico a seguir para lograr una armoniosa fusión de medio profesional y formador integral (la Universidad de Navarra lo tiene muy avanzado); sin duda el enfoque que involucra la participación de jóvenes es un acierto. Las nuevas experiencias que van surgiendo mantienen los modelos existentes y es difícil concebir, desde el punto de vista de los directivos, otro tipo de medio sin la presencia directa de los estudiantes. (Vázquez, 2012: 101)

Por otro lado, ante el llamado proceso de digitalización de la radio, se reduce el tamaño de la emisora y también el de trabajadores: “aparecen profesionales multitareas, capaces de desempeñar varias funciones, todas ellas relacionadas con el dominio del sonido, la información o la creación” (Hurtado, 2007: 9-10). Este concepto de “profesionales multitareas” es de vital importancia en la sociedad actual, sobre todo a la hora de que los alumnos de Ciencias de la Comunicación encuentren un empleo. Por ello es fundamental trabajar desde la emisora de radio universitaria esta premisa, de forma que los estudiantes desarrollen diferentes roles, con el enfoque de alcanzar un objetivo: crear profesionales preparados para afrontar cualquiera de los puestos que se pueden ocupar en una estación de radio.

Los autores Segura y Martín (2014: 7) sostienen que la existencia de emisoras propias en los centros educativos tienen una doble función: sirve de soporte para que los profesores ensayen nuevas formas de comunicación y desarrollo de contenidos didácticos para sus clases además de ser un complemento a los contenidos reglados, ya que permite desarrollar las competencias lingüísticas, comunicativas y tecnológicas de los alumnos. En cuanto al caso que nos ocupa, insisten en que:

(...) sobre todo en el caso de Facultades y Grados de Comunicación, se convierte en un laboratorio de experimentación de formatos y géneros, así como en los procesos de producción, desde la idea a la postproducción, pasando por la elaboración del guión, lo que permite a los alumnos un primer

contacto real con la profesión, de manera que los estudiantes amplían su formación y al mismo tiempo producen contenidos que son utilizados como material docente por los profesores. (Segura y Martín, 2014: 7)

También hay que considerar el perfil de las personas que colaboran en este tipo de estaciones de radio, como especifica Vázquez en su tesis doctoral dedicada al estudio de la radio universitaria en México y España:

el perfil de joven que participa con mayor frecuencia y efectividad en las radios universitarias es especial y no siempre es estudiante universitario, ni de las carreras de Comunicación. Hay jóvenes de áreas de conocimiento muy diversas. Lo especial de su perfil es que entienden y valoran la cultura del voluntario y tienen interés por la cultura, tanto para aprender como para divulgar. (Vázquez, 2012: 329)

Estas afirmaciones nos llevan a pensar en la necesidad de la implantación de un modelo de enseñanza práctica en radio para los alumnos de Ciencias de la Comunicación, de forma que se produzca el refuerzo de lo aprendido mediante la formación reglada y suponga un empuje para adquirir confianza y conocimientos prácticos que solamente se obtienen a través del trabajo diario coordinado por docentes profesionales en radio. Esto no significa que no tengan cabida en la emisora los estudiantes de otras titulaciones y personas externas a la universidad que deseen colaborar, pero hay que señalar que el objeto de estudio de esta investigación se centra en la formación de los futuros profesionales de la Comunicación, entendiendo que proceden de las titulaciones de Comunicación Audiovisual y Periodismo.

El estudio de la formación de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación en emisoras universitarias no ha sido abordado en profundidad hasta el momento. Se trata por lo tanto de un perfil de estudio reciente que postula por la importancia de la formación práctica de los estudiantes de dichas titulaciones, en un entorno que pretende simular un contexto laboral, con la tutorización y orientación docente adecuada.

La novedad científica de este estudio reside en el marcado carácter práctico que la define y en la investigación de un modelo de formación en radio adaptado a las necesidades de los alumnos de Ciencias de la Comunicación. Se pretende a través del estudio científico, elaborar un modelo de emisora universitaria que se pueda poner en marcha en una universidad o centro educativo superior que esté interesado en ello. Se trataría entonces de una guía de los pasos a seguir, contemplando lo existente en el panorama radiofónico universitario y local español, para emplazar una radio universitaria cuyo objetivo sea formar a nuevos profesionales de la radio en una institución que lo requiera.

El fin de esta investigación, apoyaría el discurso de otros autores en la misma línea, como es el caso de Vázquez:

Actualmente y de acuerdo a los planteamientos que han realizado desde los años setenta las corrientes anteriores, las radios universitarias deberían no sólo desempeñar su labor de difusión cultural, política y ciudadana sino participar activamente en la formación profesional. En la era digital, donde cabe todo y todos los públicos crecen cada día, es necesario replantear la filosofía de este tipo de medios y abrirse a la participación de muchos a muchos con temas sociales, actualizados, que permitan rejuvenecer a la audiencia. Para ello es necesario involucrar en la realización de nuevos discursos no sólo a los profesionales e intelectuales sino a los jóvenes, los estudiantes y la sociedad en general. (Vázquez, 2012: 26)

4- Problema

La situación de crisis económica que ha atravesado España en estos años, que no acaba de concluir, podría ser la responsable de que algunas emisoras universitarias se encuentren en una situación de prueba de supervivencia, al igual que impediría que los órganos de gobierno de las universidades se implicasen en proyectos que necesiten una considerable inversión inicial.

Por otro lado, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, deja a las emisoras universitarias en una situación de ilegalidad:

La radio cultural ha vivido sumida en España, desde su nacimiento, en un extraño estadio de ilegalidad. Diversas normas la han reconocido, pero su desarrollo se ha limitado al no haberse otorgado licencias. La Ley General de Comunicación Audiovisual planteaba esperanzas para su regularización y para el desarrollo del Tercer Sector de la Comunicación en el ámbito radiofónico y, sin embargo, aboca a estas emisoras no lucrativas a una incierta supervivencia. Además, sólo reconoce a las entidades privadas como posibles titulares y margina así a una veintena de radios universitarias de centros públicos, obligándoles a competir por licencias comerciales o a desaparecer. (Durán, 2011).

En Andalucía este problema se ha solventado mediante la posibilidad de crear una asociación cultural bajo la cual se ubica la emisora de radio universitaria. Lo permite el Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios. Este caso es el de UniRadio Huelva y UniRadio Jaén, pertenecientes a la Universidad de Huelva por una parte y a la Universidad de Jaén por la otra. En esta misma comunidad autónoma se está gestando la “Ley Audiovisual de Andalucía” que, gracias a la acción de organismos como la Asociación de Radios Universitarias de España, entre otras fuerzas, se está gestionando que la radio universitaria esté contemplada en dicha ley: “estamos inmersos en el desarrollo y la creación de La Ley Audiovisual de Andalucía representando a las radios universitarias de Andalucía y está previsto reconocer la existencia de las Radios Universitarias como medios públicos”.²

² Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

Existe una confusión generalizada acerca de la legalidad de dichas estaciones de radio universitarias en todo el territorio español, en función de las licencias otorgadas por ayuntamientos, o la posibilidad de alquiler de las mismas, las propias leyes de cada comunidad autónoma y la situación de ilegalidad que refleja Durán (2011) en su análisis.

Cuando las emisoras no emiten a través de FM, y lo hacen a través de internet, tampoco queda clara cuál es su situación ante la ley. Es un problema que repercute además en el deber de abonar las tasas que solicitan la Sociedad General de Autores (SGAE) o la Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI), que se complica sobremanera cuando las emisoras se encuentran intentando superar la mala situación económica mencionada.

Otro problema que observamos en algunos casos, en cuanto al funcionamiento de las radios universitarias españolas, es la falta de reconocimiento por parte de los equipos de gobierno a los docentes que se encargan de las mismas. En muchas ocasiones lo hacen por vocación, de manera altruista. Lo consideramos un problema porque al tratarse de un trabajo voluntario, realizado durante el tiempo libre de los propios docentes de las universidades, se corre el riesgo de que dichas personas en un momento dado, se desvinculen del proyecto radiofónico, dando lugar a su cese o cierre. Un hecho que no debería ocurrir, puesto que en esta investigación postulamos por la utilidad de las emisoras universitarias como formadoras de futuros profesionales.

Por último, el carácter voluntarista de algunas de las emisoras analizadas resulta ser en ocasiones un problema, debido a la inestabilidad de las colaboraciones de los estudiantes en época de exámenes o vacaciones.

En resumen, los problemas detectados en las radios universitarias españolas son la situación legal, la situación económica y presupuestaria, y en

muchos de los casos, el carácter voluntarista de todas las personas que trabajan día a día en la emisora, lo que se traduce en inestabilidad. No todas las dificultades reseñadas se dan en todas las emisoras analizadas, aunque serán tenidas en cuenta para la elaboración del modelo de radio formativa que se pretende implementar mediante esta investigación.

5- Objetivos

El objetivo general del presente trabajo es el siguiente:

Implementar un modelo de radio universitaria desde el punto de vista didáctico y formativo, útil para crear una emisora en el contexto de una institución de formación superior española, con el objetivo de formar profesionales del medio radiofónico abordando todos los aspectos que deben contemplarse en la gestación de una emisora de radio universitaria como la organización, la jerarquía y el equipamiento, entre otros.

Para la consecución de nuestro objetivo general, resulta necesario establecer los siguientes objetivos específicos:

-Examinar las investigaciones llevadas a cabo en el contexto de la radio universitaria, haciendo hincapié en los aspectos de interés desde el punto de vista formativo.

-Realizar un análisis de los modelos de radio de las emisoras pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias de España, desde una perspectiva integral del funcionamiento de la emisora, estudiando la organización, funcionamiento, sistemas de formación de estudiantes, estructura técnica e infraestructura, programación, así como documentos relativos a la deontología, al estilo y al comportamiento de los usuarios en la estación para extrapolar lo mejor de cada modelo.

-Estudiar los canales, mecanismos y herramientas relacionados con nuestro objeto de estudio dentro del marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

6- Hipótesis

Más que del establecimiento de una hipótesis, trataremos de constituir la línea a seguir en esta investigación. Así pues, tomamos como punto de partida que es posible crear un modelo de emisora de radio cuya función principal sea formar a los alumnos de las titulaciones de Ciencias de la Comunicación, mediante un plan de prácticas que les permita adquirir una completa preparación en el medio radiofónico.

Para la elaboración de este modelo resulta necesario conjugar variables como la idiosincrasia existente en cada una de las universidades, las diferentes formas de organización de cada una, el número de asignaturas de radio disponibles que varían según el plan de estudios de cada titulación y universidad, la vinculación o no al gabinete de prensa propio del centro, las instalaciones y equipos disponibles, el presupuesto, el personal propio de la emisora, el número de docentes especialistas en radio, o el tipo de emisión y la posesión o no de licencia de FM. Por ello, a lo largo de esta investigación los aspectos mencionados constituirán un importante eje del análisis.

7- Planteamiento de la investigación

Ante una realidad compleja, es importante y necesario recurrir a diferentes técnicas y herramientas para el estudio de dicha realidad, ya que a cada aspecto de la misma le cuadra una metodología diferente y adecuada (Beltrán, 1996: 46). Siguiendo las indicaciones de Beltrán (1996), Wimmer y Dominick (1996), así como de otros investigadores expertos en metodología de investigación científica aplicadas a las Ciencias Sociales, en este apartado abordaremos todos los aspectos relacionados con la misma, que será la empleada para conseguir nuestros objetivos.

En una primera parte explicamos cuál es la metodología elegida, así como las fuentes empleadas para la consecución de la información; en segundo lugar, trataremos de definir cuál ha sido el tipo de investigación, explicando después el periodo de tiempo empleado para la misma así como el universo de estudio. Por otra parte, expondremos cuáles han sido los métodos de recolección y cómo hemos procedido posteriormente al procesamiento de la información obtenida, así como los aspectos éticos a tener en cuenta y las limitaciones del estudio.

Se trata en suma de una investigación cualitativa y cuantitativa, en la que utilizamos, tal y como explicamos a continuación, las entrevistas como método de recolección de información de las emisoras universitarias españolas y el método del estudio de caso para comprender la realidad de una universidad que no posee radio universitaria, escogiendo para ello la Universidad de Málaga. La muestra es de tipo intencional, ya que hemos seleccionado a los entrevistados, pues en el caso de las emisoras de radio, deben contestar a las preguntas personas que estén al mando de las emisoras, correspondiéndose este perfil en la mayoría de los casos con el cargo del director o coordinador de la misma.

Por otro lado, en el estudio de caso, los entrevistados han sido personas poseedoras de información relevante para la investigación y teniendo en cuenta que todas están relacionadas de una u otra forma con el objeto de estudio. Tal y como plantean los autores Wimmer y Dominick (1996: 160-161), para el método del estudio de caso hemos utilizado las fuentes necesarias para investigar sistemáticamente el caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, respondiendo a la necesidad de explicar cómo se podría poner en marcha una emisora universitaria en una universidad que quisiera albergarla. En este apartado de la investigación, también ha sido importante contar con la aportación de profesionales de la radio de la localidad, en concreto de la Cadena SER Málaga, que todos los años recibe estudiantes de dicha facultad que realizan sus prácticas en ella.

Esta metodología nos ayuda a comprender aquello que sometemos a análisis y nos otorga nuevas perspectivas y visiones sobre el objeto de estudio, así como elementos que solo podemos encontrar en un centro educativo superior que aún no ha puesto en marcha una estación de radio universitaria.

En cuanto al apartado dedicado a planes de estudio de las universidades que albergan emisora de radio universitaria y su relación con la radio como materia de estudio, hemos consultado las páginas web de cada una de las universidades y de cada uno de los grados que se imparten en las mismas. Además, durante la entrevista a los directores/coordinadores de las estaciones, se les preguntaba por esta cuestión para obtener un mayor rigor en la información.

Como ya hemos ido desgranando en páginas anteriores, se trata de una investigación que surge a raíz de la idea de crear profesionales de la comunicación con una completa preparación en materia radiofónica. Entendemos que la formación de los alumnos en este campo constituye una base importante de cara al desarrollo laboral en cualquier ámbito.

Para la elaboración de este trabajo de investigación hemos seguido los pasos que proponen Wimmer y Dominick (1996: 13-19), en su discurso sobre el proceso de investigación científica, donde recomiendan seleccionar el problema, repasar la teoría y los estudios científicos existentes, desarrollar hipótesis o preguntas de la investigación, establecer una metodología apropiada y una estrategia de investigación para después recopilar los datos y analizar e interpretar los resultados.

Habiendo detectado que existe una feroz competencia entre los profesionales de la comunicación a la hora de conseguir un contrato de trabajo, así como una elevada tasa de desempleados en el sector, entendemos que es necesario reforzar la formación práctica de los estudiantes mediante una herramienta que permita además el desarrollo de

otras habilidades y conocimientos transversales, para lo que resulta ideal la radio universitaria. Repasamos la teoría existente revisando minuciosamente artículos científicos, libros y manuales sobre el tema, averiguando cuáles son los autores más relevantes en la materia, y tomando como ejemplo el trabajo realizado por los mismos. Exponemos por lo tanto, los argumentos de Fidalgo (2009) en su artículo sobre las radios universitarias en España, trabajo que sirve de base para otras investigaciones. También destacamos a Araya (2009), por sus aportaciones sobre la radio estudiantil, Hurtado (2007) con su investigación en busca de nuevos horizontes radiofónicos o Merayo (2000) con diversas aportaciones sobre la radio en general así como de la radio educativa. Por otra parte, hemos considerado el trabajo de Martín (2013), cuya tesis doctoral aborda las radios universitarias desde el punto de vista de las nuevas tecnologías, las TICS, de una forma muy elaborada, además de otras publicaciones especializadas sobre la materia junto con otros investigadores. Hemos tenido en cuenta la labor de Vázquez (2012) en su tesis doctoral dedicada al estudio de la radio universitaria en México y España y a la participación de los jóvenes en ella, así como las indicaciones de Rodero (2003), autora consagrada sobre temas de formación en radio. Son solo algunos de los investigadores cuyas obras han sido estudiadas para abordar este tema desde el punto de vista que exige el trabajo de investigación de una tesis doctoral. Manuales de referencia dedicados al estudio de la radio universitaria han sido ejemplares como el de los editores Espino y Martín (2012), así como la obra coordinada por Aguaded y Contreras (2011), ambos ejemplares continentes de información aportada por profesionales de la radio universitaria española actual.

Analizados los documentos existentes sobre la materia, hemos procedido a elaborar unos objetivos y, más que una hipótesis, una línea a seguir en la investigación, así como una metodología para poder alcanzar dichos objetivos: es decir, para implementar un modelo de radio universitaria basado en la formación de los futuros profesionales de la comunicación.

Según los autores Wimmer y Dominick (1996: 13), uno de los pasos a seguir en un estudio de estas características, consiste en la decisión de implementar una investigación basada en métodos y técnicas cualitativas (como grupos de discusión o con entrevistas personales abiertas) o cuantitativa (como encuestas). En este caso nos hemos decantado por una metodología en la que se combinan elementos de análisis cualitativo y cuantitativo. Hemos elegido esta fórmula debido a que los tipos de entrevistas que proponen autores como Gil (2011: 204), no nos resultan compatibles con el tipo de información que queremos recoger. El autor expone tres tipos de entrevistas: estructurada o dirigida, no estructurada y entrevista en profundidad. En la primera plantea que la entrevista contenga una guía previa de preguntas a contestar por el entrevistador. En la segunda se trataría de una entrevista sin guía o libre y en la tercera, se trataría de una conversación entre iguales, sin guía y libre, no estructurada dinámica y abierta.

Para nuestra investigación, no resultan adecuados ninguno de los tres formatos de entrevista propuestos por el autor, por lo que hemos acudido a otras fuentes en busca de una fórmula más acorde con nuestros objetivos. Por este motivo resulta conveniente la utilización de un híbrido entre la entrevista estructurada y la no estructurada debido al tipo de información que se pretende recolectar. Ruiz (2008: 166) en su artículo sobre fuentes orales aplicadas a la investigación cinematográfica, realiza una completa radiografía de un problema de selección de metodología con el que nosotros también nos hemos topado. Indica que en su investigación, las entrevistas estructuradas cerradas resultaban inapropiadas por su rigidez para el tipo de información perseguida, y por el contrario, las estructuradas abiertas eran poco flexibles a las particularidades del sujeto y sus circunstancias. En cuanto a las entrevistas no estructuradas, la autora explica que entorpecerían la tarea de clasificación, sistematización y análisis del material. Por otra parte, expone que las entrevistas dirigidas carecían del nivel de profundización que precisaba su estudio y las entrevistas no dirigidas presentaban numerosos problemas relacionados con la ordenación y tratamiento de un volumen de

entrevistas como el que había sido previamente calculado para este trabajo. Por todo ello la autora propone como solución a esta problemática lo siguiente:

(...) un modelo de guión semiestructurado en el que se establece una serie de bloques temáticos comunes para todas las fuentes seleccionadas. Se trata de un patrón concebido de tal manera que tenga que ser modificado mínimamente en función de cada sujeto. De este modo, resulta posible que el entrevistado pueda realizar las contestaciones abiertas propias de la entrevista de personalidad, al mismo tiempo que es más fácil manejar un gran volumen de información al tener ordenadas temáticamente las respuestas. (Ruiz, 2008: 166)

Utilizando el razonamiento de Ruiz, procedemos a realizar un cuestionario en el que se ubican todos los temas a tratar con las posibles variables, planteándose como una entrevista en persona o telefónica, en la que se registran las respuestas cuyos datos serán tratados más tarde de manera estadística, ya que contiene preguntas cuyas respuestas son cuantificables y otras no cuantificables. De esta forma obtenemos la información básica que necesitamos además de datos extra que emergen de las respuestas proporcionadas por los entrevistados.

Con el objetivo de extraer lo mejor de cada modelo de emisora universitaria, se hace necesario el uso del método comparativo:

el método comparativo es consecuencia de la conciencia de la diversidad: la variedad de formas y procesos, de estructuras y comportamientos sociales, tanto en el espacio como en el tiempo, lleva necesariamente a la curiosidad del estudioso, al examen simultáneo de dos o más objetos que tienen a la vez algo en común y algo diferente; pero la satisfacción de tal curiosidad no lleva más allá de la taxonomía y la tipificación, y cuando se habla del método comparativo en las ciencias sociales parece que quiere irse más lejos de estar básicas operaciones de toda ciencia. (Beltrán, 1996: 25)

Difiriendo de la afirmación de Beltrán, mediante la utilización de este método no pretendemos realizar solamente una clasificación, sino como ya

hemos mencionado anteriormente, llegar a implementar un modelo con unas características didácticas y organizacionales que respondan a las necesidades actuales de formación de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

Por otra parte, el uso del método cuantitativo, que se presenta mediante preguntas cuyas respuestas son cuantificables, y por lo tanto, que pueden expresarse mediante tablas y gráficos, nos ayuda en esta investigación a obtener una visión más clara del funcionamiento de las radios universitarias analizadas.

Una vez obtenida la información necesaria mediante las entrevistas, algunas personales y, la gran mayoría telefónicas, procedemos a analizar e interpretar los resultados mediante tablas y gráficos, para posteriormente exponerlos de manera ordenada, aplicándolos al objetivo de implementar un modelo tipo de emisora de radio universitaria así como un plan de prácticas o modelo de formación para la misma.

7.1- Universo de estudio

Según Rodríguez (1996: 367), para obtener una muestra con garantías es necesario acotar el universo, es decir, concretar perfectamente las unidades que lo componen. El problema radica en determinar el tamaño de la muestra de manera que ofrezca la suficiente fiabilidad para los objetivos de la investigación, y no suponga un aumento innecesario de los costes de tiempo y realización.

En este caso, la muestra seleccionada para esta investigación está compuesta por veintidós de las veinticuatro emisoras universitarias que forman parte de la Asociación de Emisoras Universitarias de España, en adelante ARU. Se trata de una muestra completa que incluye todos los tipos de radios universitarias existentes en España en el 2015, teniendo en cuenta

la tipología de clasificaciones que se han venido realizando hasta ahora por distintos autores como Fidalgo (2009), Vázquez (2012) y Martín (2013).

Hemos excluido de manera intencionada la emisora Radio UNED debido a que se trata de una emisora educativa trabajada por profesionales por lo que a nuestro juicio, en esencia, aunque se encuentre en la ARU, no se corresponde con el objeto de estudio perseguido en esta investigación, tal y como explicábamos en páginas anteriores “la intención de Radio UNED desde su inicio era comunicativa y educativa, es decir, transmitir conocimientos para sus estudiantes y utilizar el medio radiofónico como plataforma de formación virtual complementaria a los otros sistemas utilizados” (Martín, 2013: 282). Se trata por lo tanto, de una emisora profesional trabajada por docentes y expertos de diferentes empresas y grupos sociales, que persigue el objetivo de formar a través de los contenidos que se difunden. Por todo ello deducimos que no se trata de una emisora universitaria como la entendemos en esta investigación, en el sentido de estación de radio ubicada en una universidad, abierta a alumnos que desean realizar sus prácticas en la emisora para formarse en materia de radio.

Hemos seleccionado las emisoras pertenecientes a la ARU considerando que la amplitud de la muestra es la idónea para la consecución de nuestros objetivos. Se trataría por lo tanto de una muestra no probabilística de tipo estratégica, pues reunimos a una serie de personas conforme a un criterio específico que descarta a todos aquellos que no lo cumplen.

Existen otras emisoras como CUAC FM, que nació siendo una emisora universitaria en la Universidad de La Coruña, que ahora funciona como radio comunitaria, independiente de la institución. Por otra parte, encontramos Llums de la Ciutat, de la Universitat Ramón LLull, Facultat Blanquerna, detrás de la que, según Martín (2013: 129), se sitúan productoras privadas, aunque fue creada por los propios egresados de la Facultat de Comunicació de la Universitat Ramón LLull y Radio La Salle. Según este mismo autor, es una asociación que se constituye con la voluntad de trabajar en el desarrollo del

servicio de radioaficionados, estimulando la investigación de las telecomunicaciones, realizando todo tipo de proyectos relacionados con el mundo de la radio. También cabe señalar los casos de Radio Al Pilón de la Universidad de La Rioja, Onda Universitaria de la Universidad Francisco de Vitoria y Radio Politécnica de la Universidad de Alicante, que son algunos ejemplos de emisoras universitarias en activo, cuyos modelos podrían ser susceptibles de análisis. Todas ellas han quedado fuera de la investigación por los motivos mencionados anteriormente.

De esta forma, la muestra queda conformada por las siguientes emisoras de radio universitarias:

MUESTRA DE RADIOS UNIVERSITARIAS ANALIZADAS	
EMISORA	UNIVERSIDAD
1. Onda Campus Radio	Universidad de Extremadura
2. Radio Campus	Universidad de La Laguna
3. 98.3 Radio	Universidad de Navarra
4. UniRadio Huelva	Universidad de Huelva
5. Europea Radio	Universidad Europea de Madrid
6. InfoRadio UCM	Universidad Complutense de Madrid
7. Radio Universidad de Salamanca	Universidad de Salamanca
8. Radio UMH	Universidad Miguel Hernández de Elche
9. UPV Ràdio	Universitat Politècnica de València
10. VOX UJI Radio	Universitat Jaume I
11. Radiouniversidad.es o UAL Radio	Universidad de Almería
12. Radio UVA	Universidad de Valladolid
13. Radio UniZAr.es	Universidad de Zaragoza
14. RUAH Alcalá	Universidad de Alcalá de Henares
15. Radio Universitat	Universitat de València
16. iRadio UCAM	Universidad Católica de Murcia
17. Radio USJ	Universidad de San Jorge
18. Radio URJC	Universidad Rey Juan Carlos
19. UPF Ràdio	Universitat Pompeu Fabra
20. Radio CEU	Universidad CEU Cardenal Herrera
21. OnCEU Radio	Universidad CEU San Pablo
22. UniRadio Jaén	Universidad de Jaén

Los responsables de las emisoras universitarias se sitúan en ubicaciones diferentes, repartidos por toda la geografía española. Se hizo necesario por lo tanto, contactar por correo electrónico para concertar una primera cita telefónica en la que explicar a los entrevistados en qué consiste el estudio, el tipo de preguntas y temática sobre la que trataría la entrevista. Para ello, se recurrió al Doctor Daniel Martín Pena, Director de Onda Campus, emisora universitaria de la Universidad de Extremadura, que ha realizado su tesis doctoral sobre radios universitarias, TICS y redes de colaboración, es investigador en activo sobre el tema de la radio universitaria, y el actual Responsable de Producción y Gestión de la Asociación de Radios Universitarias de España. Le solicitamos la dirección de correo electrónico de los directores/coordinadores de las emisoras universitarias que forman parte de dicha asociación, escogiendo como muestra veintidós de las veinticuatro emisoras que la conforman, solicitud que fue aceptada con celeridad y excelente disponibilidad.

La respuesta por parte de los directores/coordinadores de las emisoras en la mayoría de los casos fue rápida, mostrando una completa predisposición a colaborar con la investigación. A nuestro juicio, es posible que esta voluntad de colaborar se deba a que la mayoría de los entrevistados son además investigadores del tema que nos ocupa, que se encuentran al frente de las emisoras universitarias por pura vocación. Solo en el caso de la emisora CEU San Pablo no fue posible realizar la entrevista al director, pese a repetidos intentos de contacto, por lo que el cuestionario fue resuelto en la medida de lo posible, por una profesora colaboradora y la editora, esta vez, respondiendo al mismo por correo electrónico y no a través de una entrevista telefónica, difiriendo del resto de casos recogidos en la muestra, en la forma de obtener la información. Tampoco se contempla la emisora de la Universidad de León, Radio Universitaria de León, puesto que no fue posible contactar por ninguna vía de comunicación con ninguna persona de la emisora, pese a los numerosos intentos de conseguirlo, tanto por correo electrónico como por teléfono.

También contemplamos, tal y como indican Wimmer y Dominick (1996: 423), el derecho de todo individuo a rechazar su posible participación en una prueba de investigación, tal y como nos ha ocurrido con los dos directores mencionados, por lo que entendemos que ejercen su derecho a no participar en el estudio.

Este derecho del que hablamos nos ha llevado analizar veintidós de las veinticuatro estaciones que conforman la Asociación de Emisoras Universitarias de España en la actualidad, ya que en el caso de la estación perteneciente a la Universidad de León, no se obtuvo respuesta alguna, pero sí en el caso de la radio universitaria de la Universidad CEU San Pablo, ya que la persona de contacto en la ARU, una profesora colaboradora de la misma, tuvo la amabilidad de responder aquellas preguntas del cuestionario que le enviamos por correo, que a su juicio podían ser contestadas por ella y la editora de la radio, quedando en blanco todas las que consideraron que deberían ser respondidas por el director. En este apartado también cabe destacar que en algunos casos, se les hizo llegar a la dirección de correo electrónico indicada, el guión a utilizar por la investigadora, con todas las cuestiones a tratar, para que pudieran preparar las respuestas, sobre todo las de carácter cuantitativo. Este procedimiento no se ejecutó en todas las ocasiones, ya que algunos entrevistados dejaron constancia de que no era necesario el envío de dicha documentación.

Los directores/coordinadores de emisoras universitarias entrevistados fueron los siguientes:

ENTREVISTAS MUESTRA EMISORAS UNIVERSITARIAS		
NOMBRE	CARGO Y EMISORA	UNIVERSIDAD
Daniel Martín Pena	Director de Onda Campus Radio	Universidad de Extremadura
Luis Javier Capote Pérez	Director de Radio Campus	Universidad de La Laguna
Ignacio de Lorenzo Rodríguez	Director de 98.3 Radio	Universidad de Navarra

Paloma Contreras Pulido	Presidenta de la Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva. UniRadio Huelva. Ejerce de directora	Universidad de Huelva
Juan José Ceballos Norte	Coordinador Europea Radio	Universidad Europea de Madrid
Miguel Ángel Ortiz Sobrino	Coordinador InfoRadio UCM	Universidad Complutense de Madrid
Elena Villegas Cara	Coordinadora Radio Universidad de Salamanca	Universidad de Salamanca
Sonia Martínez González	Coordinadora Radio UMH	Universidad Miguel Hernández de Elche
Carmen Revilla Rubio	Directora de Programas de la UPV TV. Ejerce de coordinadora de UPV Ràdio	Universitat Politècnica de València
M ^a Carmen Aparisi Fenellosa	Coordinadora de contenidos VOX UJI Radio	Universitat Jaume I
Esther Benavides Junquera	Responsable Radiouniversidad.es o UAL Radio	Universidad de Almería
Nereida López Vidales	Directora Radio UVA.	Universidad de Valladolid
Carmen Marta Lazo	Directora Radio UniZAr.es	Universidad de Zaragoza
Daniel Fernández Montero	Director RUAH Alcalá	Universidad de Alcalá de Henares
Remei Castelló Belda	Coordinadora Radio Universitat	Universitat de València
Isabel María García González	Coordinadora iRadio UCAM	Universidad Católica de Murcia
Bruno Aceña Fernández	Director Radio USJ	Universidad de San Jorge
Manuel Sánchez Cid	Director Radio URJC	Universidad Rey Juan Carlos
Josep María Palau Riberaigua	Director UPF Ràdio	Universitat Pompeu Fabra
Ángels Álvarez Villa	Codirectora Radio CEU	Universidad CEU Cardenal Herrera
Mercedes Martínez Peña	Editora OnCEU Radio	Universidad CEU San Pablo
Cristina Rodríguez Luque	Profesora colaboradora OnCEU Radio	
Julio Ángel Olivares Merino	Director Uniradio Jaén	Universidad de Jaén

Por otra parte, tomando como estudio de caso la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, como universidad española que no posee emisora de radio universitaria, se recurrió a la metodología de contacto de conversación introductoria-explicativa y entrevista grabada, a las

personas que desarrollan su tarea profesional en la Universidad de Málaga, susceptibles de poseer información de interés para esta investigación:

-Inmaculada Postigo Gómez: Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Profesora Titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

-Juan Carlos del Castillo: Personal de Administración y Servicios (PAS). Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

-Tecla Lumbreras Krauel: Coordinadora del Proyecto de Innovación Educativa Galería Central. Profesora Colaboradora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

-Marcial García López: Coordinador del Proyecto de Innovación Educativa Comsolidar. Profesor Titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

-Juan Tomás Luengo Benedicto: Director del proyecto Escuela de radio Campus UMA. Profesor Asociado del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

También, dentro del estudio de caso, para extraer opiniones de profesionales de la radio en Málaga hemos acudido, en primer lugar a Jose Manuel Atencia, Director de Contenidos de Cadena SER Málaga, una autoridad en el panorama periodístico malagueña por su impecable trayectoria, quien cada año recibe alumnos procedentes de titulaciones de comunicación que se incorporan a realizar sus prácticas en la emisora. En segundo lugar, ha sido muy interesante contar con el testimonio de dos profesionales de la radio malagueña que, después de varias décadas de trabajo en la radio, deciden cursar estudios de Ciencias de la Comunicación:

-Eduardo Martín Osorio: Director de Emisoras Musicales del Grupo PRISA en Málaga y Responsable de Eventos Exteriores. Alumno de 4º de Grado en Periodismo en la Universidad de Málaga.

-Santiago Oscar Ramírez de Aguilera Ponce: Delegado de Radiolé Málaga y egresado de la primera promoción del Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga (2010-2014).

Todas las entrevistas realizadas para esta investigación tuvieron lugar entre los meses de noviembre de 2014 y marzo de 2015.

7.2- Métodos de recolección y procesamiento de la información

Los métodos de recogida de información que utilizamos en esta investigación son, por un lado, la documentación existente relacionada con el tema de estudio, la radio universitaria en España; por otro las entrevistas, estructurándolas tal y como hemos explicado anteriormente, y también técnicas observacionales.

Para el análisis de los datos recurrimos a la estrategia de patrones de emparejamiento o comparación que, según Wimmer y Dominick (1996: 163), se trata de confrontar un patrón de situación basado en evidencias empíricas con uno o varios patrones predictivos alternativos. Mediante la comparación de los casos analizados, es decir, de cada una de las emisoras de radio universitarias analizadas, estableceremos unos parámetros comunes, hallando las coincidencias y similitudes así como las diferencias entre las mismas, para la consecución del objetivo de extraer un modelo.

La metodología utilizada en este apartado de la investigación, como hemos explicado anteriormente, es cualitativa y cuantitativa. Las entrevistas telefónicas han sido pensadas para una duración promedio de hora y media. Con este sistema conseguimos recoger la mayoría de los aspectos fundamentales que permiten el funcionamiento de cada estación de radio, trabajando de la misma forma en el estudio de caso de la Universidad de

Málaga. Como ya se ha indicado, hemos combinado preguntas abiertas y cerradas. Desde el punto de vista cuantitativo solicitamos datos concretos sobre personal, estructura técnica e infraestructura, modelo de radio, programación y audiencia, entre otros aspectos. Desde el punto de vista cualitativo efectuamos preguntas sobre formas de funcionamiento, carencias detectadas en los alumnos en materia de radio y opinión personal en torno a temas como la alegalidad de casi la totalidad de emisoras universitarias en España que emiten en FM o qué aspectos mejoraría de la emisora que coordina/dirige, ente otras cuestiones.

En el caso de las entrevistas a personal de la Universidad de Málaga y profesionales del medio radiofónico malagueño, las preguntas han sido dirigidas a obtener información cualitativa más que cuantitativa, aunque en determinadas ocasiones también se consultaron datos de utilidad de naturaleza cuantitativa, como por ejemplo, en relación a los proyectos llevados a cabo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, cuál fue la duración, el número de alumnos participantes o la metodología de trabajo empleada, entre otros aspectos. En el caso de la consulta a los profesionales de la Cadena SER de Málaga, las preguntas han versado sobre programación, contenidos y audiencias además de otras cuestiones.

Por otro lado, para esta investigación hemos tenido especialmente en cuenta la aportación de Sierra, que refleja la naturaleza de la entrevista y lo que podemos esperar de ella:

el análisis de la entrevista debe intentar traducir de manera verosímil lo que los entrevistados expresan y perciben de sí mismos y de su entorno. La objetividad científica de la técnica reside, paradójicamente, en la puesta en escena y en el encuentro radical de subjetividades. El análisis se sustenta por tanto en la interpretación y la reinterpretación de lo que dice el entrevistado, del modelo que lo dice, así como lo que nos dice en sus interacciones kinésicas y sus expresiones de comunicación no verbal. (Sierra, 1998: 329)

Así pues, consideramos que debemos organizar en esta investigación respuestas de diferente naturaleza que arrojan datos cuantificables, así como acudir al método comparativo anteriormente mencionado para poder establecer relaciones entre las respuestas con el objetivo de extraer conclusiones. Para el procesamiento de dichos datos cuantificables, nos basamos en la estadística descriptiva, que consiste en la reducción de los grandes conjuntos de datos para permitir una interpretación más sencilla, para ello hacemos uso de tablas y gráficos, observando frecuencias y traduciéndolos en porcentajes (Wimmer y Dominick, 1996: 215-216).

También cabe destacar que durante la grabación de las entrevistas tomamos nota de las respuestas de forma resumida, para así conseguir un mayor control de los datos a la hora de la transcripción. Basándose en los principios generales de la ética de Cook, Wimmer y Dominick (1996: 243), resumen lo que para el autor es un código de conducta a seguir por un investigador. Nosotros hemos seguido al pie de la letra cada una de las recomendaciones que el autor propone, además de las que por la propia educación recibida van intrínsecas en la persona, es decir, en el entrevistador. Hemos procedido en todo momento realizado la petición del consentimiento expreso a los entrevistados para ser incluidos en esta investigación, así como para grabar las entrevistas, no coaccionando a las personas para que participen y desvelando desde la primera conversación o correo electrónico la naturaleza del objeto de estudio.

7.3- Cuestionarios utilizados para la investigación

Como ya hemos apuntado anteriormente, seguimos en cada entrevista un guión con bloques de preguntas comunes a todos los entrevistados, manteniendo una misma estructura, lo que nos permite en caso necesario, indagar en cuestiones de interés emergidas durante el diálogo. Cada tipo de entrevista se corresponde con su tipo de cuestionario, manteniendo como hemos indicado anteriormente una estructura similar. Por un lado, para la investigación de las veintidós emisoras de radio universitaria hemos optado

por utilizar el mismo para todas. Por otra parte, en el estudio de caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA, en el que incluimos las entrevistas de los profesionales de la radio en Málaga, hacemos uso de cuestionarios diferentes para adecuarlos a la información que se pretende recoger.

Siguiendo la metodología elegida para el estudio de caso, realizamos una entrevista semiestructurada a Inmaculada Postigo, Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA, cuyo objetivo consiste en obtener información de primera mano sobre el funcionamiento de la facultad y las posibilidades de albergar una emisora universitaria, desde el punto de vista administrativo y del profesorado. En la misma se estructura la información en cuatro bloques, el primero de ficha personal, el segundo sobre los planes de estudios de los grados que se imparten en dicha facultad, en el tercero, sobre el plan de estudios para una hipotética estación de radio universitaria y todo lo que conlleva, y un último bloque de opinión personal sobre los temas tratados durante la entrevista (ANEXO 1).

Por otro lado, para obtener información sobre los Proyectos de Innovación Educativa, financiados por el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado de la UMA, llevados a cabo recientemente en la facultad estudiada, elaboramos un cuestionario común dirigido a Tecla Lumbreras y Marcial García, respectivamente, responsables de los PIE “Galería Central” y “Comsolidar”. En ambos incluimos una primera parte de ficha personal, un apartado dedicado a obtener información sobre causas que promueven la actividad, otro dirigido a saber cómo funciona y se organiza la misma, además de un último bloque dirigido a obtener la opinión personal del entrevistado (ANEXO 2).³

³ El PIE “Galería Central” consiste en la puesta en marcha y mantenimiento de una galería de arte por parte de profesores y alumnos en las inmediaciones de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Por su parte, el PIE “Comsolidar” es una agencia de publicitaria sin ánimo de lucro que elabora y efectúa campañas a entidades benéficas, ONGs, y asociaciones no lucrativas a través del trabajo de profesores y alumnos de dicha facultad.

Para recabar información sobre el proyecto Escuela de Radio Campus UMA, programa de radio universitario de emisión semanal en la segunda frecuencia de COPE Málaga, cuyo responsable es el profesor de la UMA Juan Tomás Luengo, elaboramos dos cuestionarios, uno que contiene las mismas preguntas realizadas a los coordinadores de PIE mencionados, y otro con cuestiones realizadas a los directores/coordinadores de emisoras universitarias, adaptadas a la condición de taller de la misma, debido a la similitud de la actividad desarrollada. La razón de realizar dos cuestionarios diferentes en la misma entrevista reside en la intención de aplicar la metodología comparativa (ANEXO 3).

Se hace necesario llegando a este punto explicar la estructura utilizada en el cuestionario destinado a los directores/coordinadores o responsables de las emisoras universitarias pertenecientes a la ARU (ANEXO 4). Hay que tener en cuenta que cada emisora universitaria funciona de una forma diferente, por ese motivo elaboramos un cuestionario que contiene ocho categorías que explicamos a continuación. Apuntamos por otra parte que, aun realizando todas las preguntas a la totalidad de responsables de las emisoras, indagamos en cuestiones que a lo largo de la entrevista resultan de utilidad para esta investigación, resultando de esta manera una metodología de entrevista semiestructurada, guardando un orden, de forma que las respuestas quedan enmarcadas dentro de una misma pregunta como explicación complementaria.

Las categorías utilizadas han sido las siguientes:

1. Ficha técnica general de la emisora: mediante esta primera parte la intención es extraer datos sobre la antigüedad de la estación, dependencia y financiación de la misma, responsabilidad social, tipo de publicidad que incluye y función predominante de la emisora. A través de estas respuestas obtenemos un primer acercamiento a la forma de gestión que se utiliza.

2. Organización de la emisora: con las preguntas realizadas sobre organigrama, personal remunerado, personal voluntario, normativa, procesos de selección y plan de trabajo, conseguimos averiguar cuántas personas colaboran en la radio, cómo se seleccionan y cómo es el día a día de la estación.
3. Formación de estudiantes de la emisora: para la correcta realización de esta parte del cuestionario era necesaria la preparación previa de la posible respuesta en lo que a titulaciones y asignaturas de radio que se imparten en los planes de estudios reglados. De esta forma, preguntamos cuáles son las asignaturas de radio existentes tanto en los Grados en Comunicación Audiovisual como en Periodismo y su relación con la emisora. Por otro lado, en lo que a formación se refiere, se solicitan datos sobre tipos de formación paralelos a los planes de estudio oficiales. En este apartado se incluyen preguntas sobre la percepción de los directores/coordinadores acerca de las carencias formativas de los alumnos que participan en la emisora y los métodos de evaluación y reconocimiento del paso por la misma.
4. Estructura técnica e infraestructura: en esta parte del cuestionario se pretende obtener información sobre el tipo de emisión, horario, *software* de gestión de contenidos web, servidor utilizado, *software* de gestión de continuidad, número de estudios y puestos de redacción disponibles. Con todo ello se obtiene una imagen clara del material técnico necesario para constituir técnicamente una emisora de radio.
5. Programación de la emisora: las preguntas de esta tabla están enfocadas hacia el objetivo de saber qué modelo de programación se utiliza, si se contempla la divulgación científica como contenido habitual en la emisora y cómo se gestionan los derechos de autor.
6. Audiencia: estas preguntas nos ayudan a obtener una idea sobre el concepto de audiencia en la estación de radio universitaria. Nos interesa saber si es importante o no conocerla para el propio medio, y qué métodos utilizan para estar al tanto de esta cuestión, si es que utilizan alguno.

7. Código deontológico y libro de estilo: como el propio nombre de la categoría indica, se realizan preguntas sobre la posesión o no de estos documentos y si existe la posibilidad de obtenerlos, además de indagar sobre la existencia de temas que no se puedan tratar en antena. Nos interesa saber si hay una línea editorial definida y si se rigen por normas de funcionamiento interno.
8. Opinión personal: por último, con esta parte del cuestionario, la intención es obtener las impresiones personales de los entrevistados sobre tres cuestiones: por un lado, la alegalidad de las emisoras universitarias en España, por otro, sobre qué mejoraría de su emisora y por último, qué consejos daría para la creación de una estación de radio universitaria.

Retomando el estudio de caso de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Málaga, acudimos a José Manuel Atencia, Director de Contenidos de la Cadena SER en Málaga, profesional con amplia experiencia y prestigio en el periodismo de la ciudad. Para esta entrevista preparamos una batería de preguntas estructuradas en los mismos bloques que en el cuestionario para directores/coordinadores de emisoras universitarias (ANEXO 5), cuyas preguntas están dirigidas a obtener información de primera mano sobre el funcionamiento de una emisora de radio local profesional así como de la formación que se les ofrece a los alumnos de Ciencias de la Comunicación cuando realizan prácticas en dicha estación. El método comparativo nos es de gran utilidad también en esta cuestión.

Para obtener información sobre la opinión personal de los trabajadores con amplia experiencia en radio, que cursan estudios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación o que lo han hecho recientemente, elaboramos un cuestionario con la misma base metodológica que en el caso anterior (ANEXO 6). En un primer apartado, las preguntas van dirigidas a obtener el perfil personal del entrevistado, lanzando cuestiones sobre hábitos de escucha radiofónica. En un segundo bloque, dada la inclusión de los

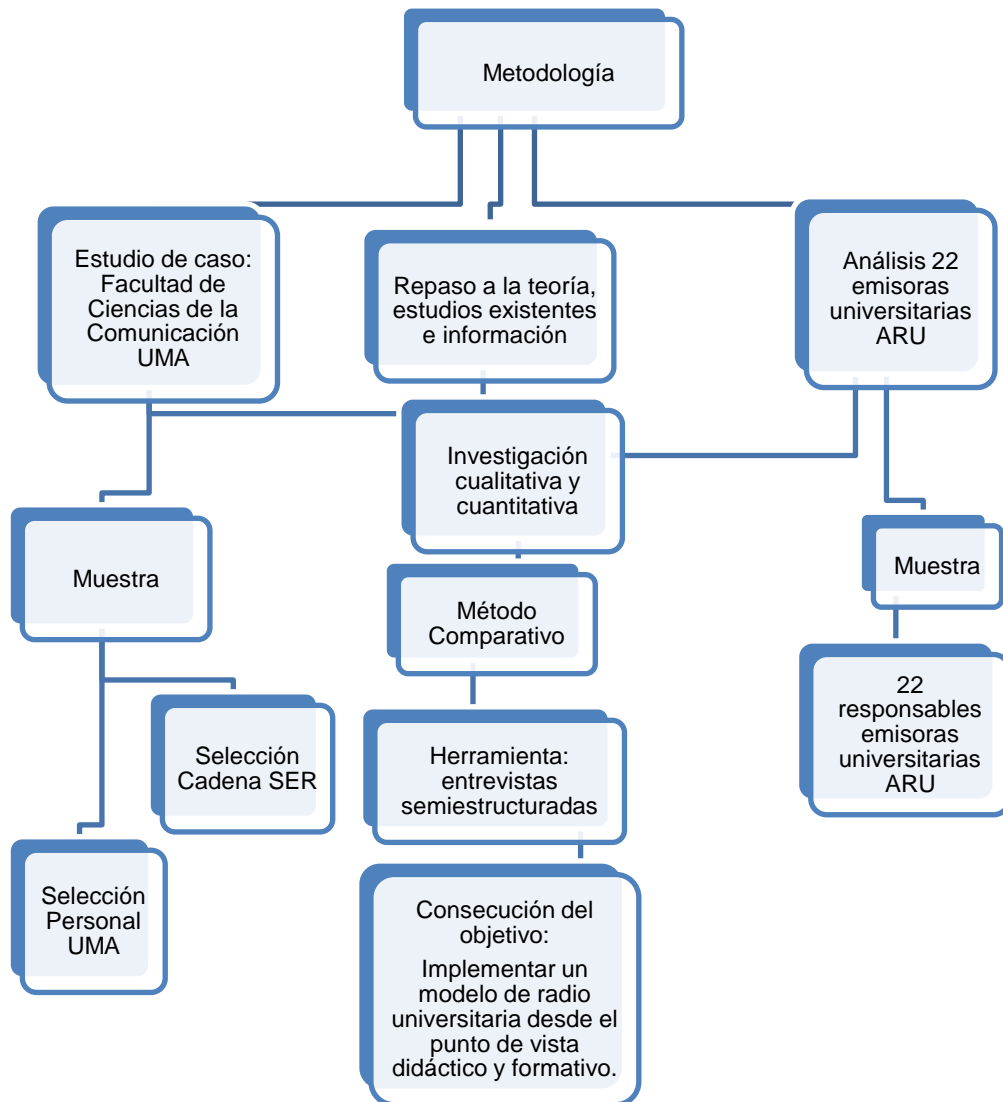
entrevistados en la categoría de alumnos, la intención es obtener información sobre el grado de implicación en la emisora, en calidad de estudiante, en el caso de que existiese una estación de radio universitaria en dicha facultad, e impresiones sobre el grado de aceptación que cree que tendría por parte del resto de alumnos. En tercer lugar, realizamos cuestiones relacionadas con la formación en la emisora universitaria, algo que está justificado, debido a que estos profesionales de la radio han tutorizado la formación de becarios en radio a lo largo de su trayectoria laboral, además de conocer de primera mano el número de horas prácticas y teóricas que se imparten en dicho centro en ambas titulaciones. Por último, debido al contacto que los entrevistados han tenido o continúan manteniendo con los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, realizamos preguntas sobre una hipotética programación de una futura emisora universitaria en Málaga.

Para terminar el estudio de caso, acudimos al PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA, encargado del área de radio, Juan Carlos del Castillo, persona a la que realizamos cuestiones de la misma naturaleza que a los directores/coordinadores de emisoras universitarias españolas, con la intención de utilizar una metodología comparativa, una vez más (ANEXO 7). Apuntamos que las preguntas realizadas son reformuladas hacia lo que a juicio del entrevistado podría constituir una emisora universitaria en Málaga, conservando la esencia o intención de las preguntas efectuadas a los responsables de las estaciones universitarias españolas.

En suma, repasamos la teoría, estudios e información existente sobre la materia de radio universitaria, realizamos un análisis de las 22 emisoras universitarias españolas pertenecientes a la ARU e investigamos como estudio de caso la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA. Para ello utilizamos una metodología cuantitativa y cualitativa basada en el método comparativo y hacemos uso de la entrevista semiestructurada como herramienta para analizar una muestra intencional en ambos casos. Por todo

ello, podríamos afirmar que hemos sentado una completa base que permitirá conseguir alcanzar el objetivo de crear un modelo de radio universitaria desde el punto de vista didáctico y formativo.

A continuación presentamos un esquema que contiene los pasos metodológicos planteados en esta investigación, en el que se obtiene una visión sintetizada de las herramientas, métodos y muestras seleccionadas para la consecución de nuestros objetivos:



I. CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO

1- De la radio educativa a la radio universitaria

La radio educativa forma parte de los cimientos de lo que sería posteriormente la radio universitaria, constituyendo desde sus inicios un instrumento didáctico novedoso e incentivador, además de una potente herramienta para conseguir la alfabetización mediática de la sociedad.

Los orígenes de las emisoras universitarias han de buscarse en dichas radios educativas, debido al éxito que han tenido en nuestro país desde mediados de siglo pasado, creciendo en escuelas y centros educativos, preocupados por la motivación de su alumnado, e interesados en una forma distinta y complementaria del proceder didáctico, produciendo frutos considerables en la formación integral de los estudiantes (Marta-Lazo y Martín, 2014: 3-8).

Según Merayo (2000: 387-404), la acepción de radio educativa es tan amplia como para que cualquier definición quede incompleta. Sin embargo y pese a que existen varios tipos de radios educativas, según el autor, todas parecen compartir un rasgo común: intentan alcanzar objetivos no comerciales y se orientan especial y directamente hacia una finalidad de carácter social sin ánimo de lucro. Señala además que a lo largo de la historia, la radio educativa ha adoptado tres direcciones distintas: “a) Como apoyo directo a movimientos sociales, b) Como extensión de la instrucción formal, y c) Como instrumento para la educación no formal por medio de las radios populares y comunitarias.” (Merayo, 2000: 387-404)

Hoy en día, la radio universitaria en España, en la mayoría de los casos, no persigue el objetivo de ser una emisora educativa, a excepción del caso de la UNED. En esta emisora de cobertura nacional en España, que comenzó siendo una emisora independiente y que hoy en día se encuentra dentro de la parrilla de Radio 3, el objetivo principal es transmitir conocimientos a sus estudiantes utilizando el medio radio como plataforma de formación complementaria Martín (2013: 282), pero en su esencia no comparte el

espíritu formador de profesionales del medio radiofónico que sí poseen las emisoras que en adelante consideraremos universitarias. Tal y como señala Martín:

Radio UNED, la emisora de la Universidad Nacional de Educación a distancia, constituye un caso particular, ya que no es una emisora universitaria al uso que cuente con frecuencia propia o realice emisión online, pero está considerada como la emisora que realiza las primeras transmisiones formativas radiofónicas procedentes de una institución educativa superior con el objetivo de apoyar la enseñanza impartida a distancia por su cuerpo docente. Esta universidad se ha caracterizado por estar vinculada al medio radiofónico desde su origen, que situamos en 1972. (Martín, 2013: 281)

Éste sería el único caso de las emisoras pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias de España (en adelante ARU), que se ceñiría a la descripción de emisora educativa que aporta Merayo. Por otra parte, Radio UNED es una emisora totalmente profesionalizada en la que no tienen cabida alumnos realizando prácticas. En esta investigación, hemos considerado objeto de estudio aquellas emisoras en las que uno de los objetivos fundamentales es formar a estudiantes como profesionales del medio, por ese motivo excluiríamos Radio UNED de nuestras pesquisas.

En el resto de los casos estudiados, nos encontramos con un modelo de radio evolucionado que comparte con esta primera definición de Merayo tan sólo una de las premisas: que no tienen objetivos comerciales. Ya no se trata de formar al oyente, como en un primer estadio de la evolución de este tipo de emisoras universitarias se pudiera entender; se trata de divulgar el conocimiento científico que en la universidad tiene su mayor exponente, a la vez de crear una conexión entre la universidad y la sociedad. Por otro lado, nos interesa en esta investigación analizar el carácter formativo de este tipo de emisoras de radio: las radios universitarias. Estudiaremos el modelo de formación de una muestra que escogeremos de entre las emisoras pertenecientes de la ARU para crear un mapa del concepto de formación radiofónica del estudiante, entendido como formación del periodista, del

comunicador, del trabajador de la emisora de radio, y no como el oyente que se forma a través de la escucha. Tal y como indica Fidalgo:

(...) el nacimiento de la radio en las universidades españolas tiene un mismo origen, pero con un matiz importante, el de dar a conocer a la sociedad lo que acontece en estas instituciones educativas desde el ámbito científico, institucional y social, junto con la labor de preparar a los futuros profesionales de la comunicación. (Fidalgo, 2009)

Por otro lado, sería totalmente compatible con la definición de radio universitaria formativa que estamos abordando la introducción de determinados espacios que persigan el objetivo de educar al oyente.

En este sentido, Segura y Martín (2014: 8-11) apuntan la existencia del *podcast* educativo. Como ejemplos donde se hace uso de este tipo de productos los autores proponen Radio.unizar.es, la radio online de la Universidad de Zaragoza y Onda Campus de la Universidad de Extremadura. En la primera de ellas, los alumnos de los grados en Ciencias y en Periodismo de dicha universidad se unen en la labor de crear un programa educativo de carácter científico, quedando supervisado por los estudiantes de Ciencias para corroborar la corrección de los datos que se aportan al programa. Este espacio requiere además de un esfuerzo por parte de los alumnos de Periodismo para crear un producto atractivo para el oyente, que contenga un argot comprensible y que además sirva como instrumento de formación a través de la escucha en la emisora, en este caso con formato *podcast*. Por otra parte, en la experiencia Onda Campus de la Universidad de Extremadura, Pedro Luis Lorenzo Cadarso, Profesor Titular del Departamento de Historia, utiliza los contenidos de la asignatura que imparte en el Grado en Comunicación Audiovisual llamada “Historia de las ideas políticas y los movimientos sociales” como puente entre al alumnado y la emisora. Para ello ha realizado una trilogía de programas titulada *Personas con Historia, Música con Historia y Hechos con Historia*, que forma parte de un proyecto didáctico de la Universidad de Extremadura “cuya finalidad es ofrecer a los estudiantes de Comunicación Audiovisual contenidos académicos complementarios y en

formato más atractivo para ellos (nativos digitales) y permitir que éstos realicen prácticas profesionales durante su grabación en el estudio” (Segura y Martín, 2014: 10). De esta manera consiguen crear un espacio educativo para el oyente, ya que se procura “no perder el rigor científico”, a la vez que sirve al alumnado para obtener una formación complementaria en el medio radio.

Es importante para esta investigación hacer una diferenciación inicial para concretar más el concepto de radio universitaria. Hablaremos de radios pertenecientes al Primer Sector de la Comunicación cuando se trate de la radio pública, al Segundo Sector cuando nos refiramos a la radio privada o comercial y al Tercer Sector cuando nos refiramos a las radios culturales, comunitarias, asociativas, educativas o libres, sin ánimo de lucro, siendo éste último en el que suelen ubicarse las estaciones de radio universitarias en España. No obstante, debemos señalar en cuanto a estos términos, en palabras de Durán, que “aunque la legislación hace tiempo que ha incluido los tres tipos de medios, su referencia al Tercer Sector ha sido muy ambigua y no ha favorecido, en la práctica, su desarrollo y, ni siquiera, su legalización” (Durán, 2011: 4).

Esta primera aproximación a los orígenes de las emisoras universitarias quedaría incompleta si no tratamos el concepto de radio comunitaria o asociativa. Según Chaparro (2004: 293-295), la radio comunitaria está orientada a satisfacer las necesidades de comunicación de una comunidad o colectivo social, son medios constituidos desde una concepción horizontal en los que un equipo humano, coordinador y la comunidad misma, establecen las pautas de funcionamiento y las orientaciones para actuar procurando la articulación social y el desarrollo humano. La participación en la radio comunitaria es activa, la comunidad misma se convierte en actor para garantizar la democratización de la palabra y del espectro radioeléctrico. Una radio comunitaria depende de una estructura horizontal donde las decisiones son compartidas por todos sus actores racionalizando los objetivos propuestos en la promoción de la mejora de las condiciones de vida.

Expuesta la definición de Chaparro, la pregunta sería la siguiente: ¿Es una emisora universitaria una radio comunitaria? Es una pregunta que sería fácil formular, sabiendo que en Andalucía existe una normativa que permite que las actuales emisoras universitarias andaluzas emitan de forma legal a través de la FM. Son emisoras universitarias que operan bajo el paraguas que les brinda su condición de emisora cultural, por lo que por definición podría tratarse de radios asociativas. Sin embargo, a nuestro juicio, la estructura y organización vertical de estas emisoras impide que se introduzcan dentro de la definición que aporta Chaparro.

Por otro lado, para la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), las emisoras objeto de nuestra investigación se encuentran dentro de una misma definición:

radio comunitaria, radio rural, radio cooperativa, radio participativa, radio libre, alternativa, popular, educativa... Si las estaciones de radio, las redes y los grupos de producción que constituyen la Asociación Mundial de Radios Comunitarias se refieren a ellos mismos por medio de una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son aún más variados. Algunas son musicales, otras militantes y otras musicales y militantes. Se localizan tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo. Sus señales pueden ser alcanzadas ya sea en un radio de un kilómetro, en la totalidad del territorio de un país o en otros lugares del mundo vía onda corta.

Algunas estaciones pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro o a cooperativas cuyos miembros constituyen su propia audiencia. Otras pertenecen a estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Hay estaciones de radio financiadas por donaciones provenientes de su audiencia, por organismos de desarrollo internacional, por medio de la publicidad y por parte de los gobiernos.⁴

Además, para esta investigación es importante conocer lo que es la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). Se trata de una

⁴ AMARC. (s.f.). Recuperado el 28 de Abril de 2015, de <http://alc.amarc.org/node/4>

asociación sin ánimo de lucro que integra veinticuatro radios de las que emiten desde diferentes universidades españolas, tanto de titularidad pública como privada. En julio de 2011 se firma un convenio de colaboración ratificado por los Rectores de veintidós universidades españolas para crear esta Asociación Nacional de Radios Universitarias y coordinar sus primeros pasos a través de comisiones integradas por los diferentes representantes de las radios. A través de ellas, se trabajan aspectos relativos a las relaciones institucionales e internacionales, así como con la creación de un sistema para compartir experiencias de formación y determinados contenidos relacionados con la creación y la divulgación científica.⁵

Las emisoras que conforman la ARU son las siguientes:

- 1) UniRadio Huelva, Universidad de Huelva
- 2) Onda Campus Radio, Universidad de Extremadura
- 3) Radio Universitaria, Universidad de León
- 4) iRadio UCAM, Universidad Católica San Antonio
- 5) 98.3 Radio, Universidad de Navarra
- 6) Vox UJI Ràdio, Universtat Jaume I
- 7) RUAH Alcalá, Universidad de Alcalá de Henares
- 8) Radio Campus, Universidad de La Laguna
- 9) Radio CEU Valencia, Universidad CEU Cardenal Herrera
- 10) UniRadio Jaén, Universidad de Jaén
- 11) Radio Universidad.es o UAL Radio, Universidad de Almería
- 12) InfoRadio UCM, Universidad Complutense de Madrid
- 13) Radio Universidad, Universidad de Salamanca
- 14) Europea Radio, Universidad Europea de Madrid
- 15) Radio UMH, Universidad Miguel Hernández
- 16) UPF Ràdio, Universitat Pompeu Fabra
- 17) UPV Ràdio, Universitat Politècnica de València
- 18) Radio UNED, UNED

⁵ Asociación de Radios Universitarias de España. (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2014, de <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/>

- 19) Radio Universitat, Universitat de Valencia
- 20) Radio.UniZar.es, Universidad de Zaragoza
- 21) OnCEU Radio, Universidad CEU San Pablo
- 22) Radio USJ, Universidad San Jorge
- 23) Radio URJC, Universidad Rey Juan Carlos
- 24) Radio SIDE, Universidad de Cantabria. Sin emisión
- 25) Eubradio.org, Universitat de Barcelona. Sin emisión
- 26) Radio UOC, Universidad Oberta de Catalunya. Sin emisión
- 27) Se incluye en la muestra una radio de nueva creación cuya incorporación a la ARU es inminente, Radio UVA, Universidad de Valladolid.

2- Inicios de la radio universitaria en España

Sin pasar por alto la historia de los inicios de la radio en España, tal y como se refleja en manuales de referencia como Balsebre (2002) o Bustamante (2013), en este apartado realizaremos un breve repaso por las primeras radios universitarias en este país, atendiendo a su antigüedad. Hay que destacar que, al contrario que hoy en día, las primeras emisoras de radio universitarias españolas, tuvieron licencia para emitir en AM (Fidalgo, 2009). En apartados posteriores nos ocuparemos de la legislación vigente así como de la legalidad y la legalidad de las emisoras universitarias en el panorama radiofónico actual.

A lo largo de esta investigación nos centraremos en el ámbito de la formación de cada una de las radios universitarias analizadas, apoyándonos en el discurso de Novelli y Hernando, en el que explican que:

el nacimiento de la radio en las universidades españolas tiene el objetivo de dar a conocer a la sociedad lo que acontece en estas instituciones educativas desde el ámbito científico, institucional y social, junto con la labor de preparar a los futuros profesionales de la comunicación en aquellas universidades que poseen la carrera. (Novelli y Hernando, 2011: 18)

Una labor que se desempeña de forma diferente en cada emisora, motivo por el cual nosotros abordamos este tema de investigación.

Sin perder esa perspectiva de estudio, exponemos una síntesis de la historia de la radio universitaria en España, elaborada por Martín (2013: 120-140) y Marta-Lazo y Martín (2014: 3), que nos permitirá obtener una visión global del tema que abordamos en este capítulo. Según estas investigaciones, podemos dividir los orígenes de la radio universitaria en tres fases diferenciadas:

- Fase 1: Esta fase está ubicada por Martín en el último cuarto del siglo XX y está marcada por la aparición del fenómeno de la radio universitaria y las primeras experiencias relacionadas con la misma. El autor destaca que se trata de un desarrollo tardío, lento y pausado que culmina con la aparición de Radio Complutense, Radio Universidad de Salamanca o la 98.3 Radio.
- Fase 2: El investigador sitúa esta fase en la primera década del siglo XXI, cuando indica que se produce la consolidación y expansión del fenómeno de la radio universitaria, puesto que en poco más de diez años surgen en torno a una quincena de estaciones. Los motivos por los cuales sucede este *boom*, según el autor, son la evolución y uso de las TICs por parte de las emisoras, la consolidación de las radios universitarias como plataformas prácticas para el alumnado del área de Ciencias de la Comunicación y el paulatino acercamiento a la sociedad.
- Fase 3: Para Martín, esta fase está en desarrollo en la actualidad y se trata de un periodo marcado por la crisis económica que afecta a la sociedad española, en general, y por ende, a la universidad. Dice que nos encontramos ante una fase de replanteamiento y unión del fenómeno, que queda plasmada en 2011, con la creación de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). Para el autor es en esta última fase cuando menos emisoras universitarias se han creado, indicando que han

surgido apenas tres emisoras, todas ellas en universidades con estudios de Comunicación, “bajo el amparo y desarrollo de las TICs y en forma de plataformas hipermedias, que permiten la formación integral del alumnado de la rama de las ciencias de la información” (Marta-Lazo & Martín, 2014: 3).

A lo largo de la historia también se han producido nacimientos de emisoras universitarias que finalmente no han sobrevivido, como es el caso de EUB-Radio Gracia, radio que emerge a través de un movimiento estudiantil en la Universidad de Barcelona en 1994, consiguiendo empezar a funcionar en 1999, hasta que finalmente se desvanece en el curso 2006-2007 (Martín, 2013: 126-127). El motivo del cierre de estas estaciones en la mayoría de los casos parece ser la falta de interés institucional por financiarlas (Vázquez, 2012: 93), coincidiendo con la percepción de Martín y Contreras (2014: 95). Aunque, por otra parte, Martín (2013: 127) indica que el interés por reabrir la emisora de la Universidad de Barcelona podría haber vuelto, debido a la puesta en marcha del Grado en Comunicación Audiovisual en la institución. Con trayectoria similar, surgida a finales de la década de los noventa y también ya desaparecida se sitúa Radio Autónoma, de la Universidad Autónoma de Madrid, una emisora experimental que finalmente, después de vivir diferentes etapas, y tras una orden que las fulminaba en la Comunidad de Madrid en el año 2005, acaba por dejar de emitir.⁶

Presentamos a continuación una tabla que refleja los años de creación y las emisoras analizadas en esta investigación:

⁶ En 2003, la Comunidad de Madrid aprueba el Decreto 29/2003, de 13 de marzo que suprime las emisoras culturales y justifica el cierre de las existentes. DECRETO 29/2003, de 13 de marzo, del Consejo de Gobierno, de modificación del Decreto 57/1997, de 30 de abril, relativo al régimen de la radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. (s.f.). Obtenido de <http://cmfe.eu/docs/decretazo.pdf>

TABLA DE EMISORAS ANALIZADAS DIVIDIDAS POR AÑO DE CREACIÓN	
AÑO	EMISORA
1987	Radio Campus
1995	Radio Universidad de Salamanca
1999	98.3 Radio
2002	UPV Ràdio
2004	Onda Campus Vox UJI Ràdio
2006	Radio CEU
2007	UniRadio Huelva Radio UMH UPF Ràdio
2008	RUAH Alcalá
2009	InfoRadio UCM iRadio UCAM Radio URJC UniRadio Jaén
2010	Radiouniversidad.es o UAL Radio OnCEU Radio
2011	RadioUniZar.es Radio Universitat
2012	Europea Radio Radio UVA Radio USJ

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como observamos en la tabla, además de las fases en las que Martín divide el proceso de creación de emisoras universitarias, podríamos añadir que a partir del año 2012 no se ha producido el nacimiento de ninguna otra estación universitaria. Los motivos de la paralización en la instauración de nuevas estaciones de este tipo podría deberse a la situación de crisis por la que atraviesa el país, que cohibe a los órganos de gobierno de las universidades a la hora de realizar una inversión para poner en marcha este tipo de proyectos, corroborando esta idea afirmaciones como esta: “la crisis económica ha colocado a la industria de la comunicación española en el segundo puesto de los sectores productivos, por detrás del sector inmobiliario, que más han acusado el impacto de la crisis” (Ortiz, 2012: 16).

Por otro lado, la creación de este tipo de estaciones requiere el esfuerzo, dedicación y la colaboración conjunta de personas pertenecientes a distintos estamentos de la universidad que, debido a la instauración de las nuevas titulaciones llegadas a través del Plan Bolonia y los recortes que han tenido lugar en los últimos años en España, han sido sometidas a una mayor saturación de trabajo.

Una vez esbozada la historia de los inicios de las emisoras universitarias españolas desde una perspectiva general, abordaremos el caso particular de Radio Campus, y después el de Radio Universidad de Salamanca, por su relevancia como pioneras en el panorama radiofónico universitario de nuestro país.

2.1- Radio Campus

La primera universidad española que puso en marcha una emisora universitaria fue la Universidad de La Laguna, Tenerife (ULL). En 1987 esta universidad apoyó la idea surgida de un grupo de alumnos del Colegio Mayor Universitario de San Fernando para poner en marcha una emisora de radio con marcado carácter universitario, que comenzó a emitir a través de la FM en el dial 104.4 (Fidalgo, 2009).

Tal y como se refleja en su página web,⁷ tras unos modestos comienzos, esta estación de radio estudiantil inicia una lucha entre la directiva de la emisora con la Junta de Gobierno de la Universidad de La Laguna para la legalización de la radio y el compromiso de la Universidad para mejorar las instalaciones, puesto que estaba en mente de la directiva utilizarla como taller de radio, que diera salida a los futuros profesionales del medio. Esta disputa dura cuatro años hasta que en 1992 se cambiaron todos los aparatos, instalando equipos semi-profesionales y ampliando la potencia a 25 vatios. A

⁷ Radio Campus. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de http://www.rcampus.net/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=40

partir de ese momento tomaron las riendas de la emisora dos personas acreditadas como periodistas, ya que pertenecían a Radio Nacional de España en Canarias y pasó a llamarse Radio Campus. En junio de 1998, Radio Campus daría el salto al mundo virtual, al inaugurarse su primera página web. Allí se iniciaría también la primera experiencia de emisión a través de internet, mediante un rudimentario sistema de digitalización y subida a la red. A final de 1999, las pésimas condiciones de seguridad del Colegio Mayor San Fernando forzaron a una paralización de la programación en directo, y a su sustitución temporal por un sistema de emisión automática llamado RadioTOM, que habría de mantenerse hasta que no se concretara el traslado a unas nuevas instalaciones. En febrero de 2003, y esta vez con nuevo dial, el 104.7 FM, Radio Campus vuelve a las ondas, inaugurando una nueva etapa, bajo el estandarte del Vicerrectorado de Extensión Universitaria. Sus primeros espacios en directo se centraron en las elecciones al Rectorado de 2003, las primeras que iban a realizarse bajo el sistema de la Ley Orgánica de Universidades (LOU). Con esto, se revalidaba la tradición y el objetivo de convertirse en nexo de unidad entre la Universidad y la sociedad.

En la actualidad, Radio Campus avanza manteniendo su condición de taller de radio y medio de comunicación universitario, y con los objetivos de lograr una licencia y alcanzar un estatus definitivo, en el marco de la institución que la ha visto nacer, crecer y sobrevivir.⁸

Al hilo del estado actual de la estación, en palabras de su director, hay aspectos susceptibles de mejora que permitirían un funcionamiento más productivo:

Nos gustaría que la radio de la Universidad de La Laguna se incorporara al Gabinete de Comunicación de la Universidad, que debería englobar todos los medios: prensa, radio, tv y la pequeña productora de contenidos. Ahora mismo cada una funciona de manera autónoma.⁹

⁸ Radio Campus. (s.f.). Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de http://www.rcampus.net/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=40

⁹ Capote, L. J. (8 de Enero de 2015). Entrevista Director Radio Campus. (R. Pinto, Entrevistadora)

Por otro lado, para el director de Radio Campus, la integración de todas las unidades de comunicación audiovisual de la ULL dentro del Gabinete de Comunicación a través de la unificación de áreas, repercutiría en una menor necesidad de personal. Aporta además la idea de que en la actualidad Radio Campus necesita una plantilla mínima además del reconocimiento de un estatus especial tanto a nivel de propiedad intelectual como de emisión, lo que según él, aportaría estabilidad a la emisora. En cuanto a la formación de los estudiantes, para el director de Radio Campus sería necesaria una estructura que permitiera acoger a estudiantes de determinadas titulaciones afines a las Ciencias de la Comunicación, añadiendo que debería retribuirse mediante créditos ECTS o remuneración económica.

Como hemos señalado a lo largo de esta investigación, Radio Campus es la emisora universitaria más antigua de España, ha pasado por etapas difíciles así como por buenos momentos, por lo que, las palabras del que es su director desde 1996 cobran especial relevancia debido a la perspectiva histórica así como la experiencia profesional en el puesto que ocupa.

2.2- Radio Universidad de Salamanca

La segunda emisora universitaria de España surgió en Salamanca durante el curso académico 1996-1997. Al igual que había ocurrido en el caso canario, tuvieron muchos problemas para poner en funcionamiento y asentar su proyecto radiofónico, lo que en el caso salmantino no ocurrió hasta el año 2001 (Fidalgo, 2009).

Sus instalaciones estaban en los sótanos del Edificio FES, en la Facultad de Comunicación del Campus Miguel de Unamuno, donde se compartían los estudios para las prácticas de los estudiantes. Las gestiones de su existencia fueron complejas y comenzaron en agosto de 1994 con la intención de poner en marcha una emisora cultural para el recién creado segundo ciclo de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual. Tras una serie

trámites y movimientos, alargados por el cambio en las responsabilidades para ceder permisos en España, se comunicó a la Universidad el 2 de mayo de 1995 la reserva de una frecuencia de baja potencia de carácter provisional, pues era necesario aprobar el Plan Técnico Nacional. A partir de ese momento comenzaron las emisiones en pruebas, con una dinámica de trabajo acorde al espacio donde se encontraban. Sólo emitían en días hábiles, de lunes a viernes y durante dos horas al día, de 20:00 a 22:00 h. Sufrió varios cierres durante sus primeros cinco años de vida como consecuencia del recelo que causaba entre las emisoras comerciales de Salamanca la puesta en marcha de una nueva emisora (Fidalgo, 2009).

En el año 2001 el Rectorado decide que la emisora dependa del Gabinete de Comunicación y Protocolo de la universidad, para ampliar los objetivos de la misma, que implicaría además de la práctica estudiantil, ser el altavoz oficial de comunicación de la institución y abrirse a toda la comunidad universitaria, por lo que se produce entonces un cambio importante en el seno de la emisora. En este movimiento en el organigrama se amplía y, de contar con una sola figura responsable, se divide el cargo en tres: un director, que correspondía al titular del Gabinete de Comunicación; un coordinador y un jefe técnico (Vázquez, 2012: 123-124).

Todos estos cambios han supuesto que durante un tiempo sólo alumnos de la especialidad de Comunicación Audiovisual pudieran realizar radio, aunque en la actualidad la emisora está abierta a todos los alumnos. Otro hito importante se produce en el 2001 cuando la emisora incorpora su emisión por internet (Fidalgo, 2009).

Durante la temporada del curso 2004/2005 se crea una nueva sede en los bajos del Aulario de San Isidro, en el centro histórico de Salamanca y en el curso 2006/2007 la emisora es remodelada, construyéndose una nueva redacción, con mayor amplitud de espacios. La radio logra así una mejor infraestructura, constancia en las emisiones, una parrilla programática diversa

y la presencia de colaboradores en aumento. A pesar de la consolidación en el tiempo, Radio Universidad sigue siendo una radio alegal, pues si bien su licencia fue renovada en 2005, después de diez años de servicio, no hay una normativa definitiva ni ha sido ratificada por el gobierno autonómico (Vázquez, 2012: 128-129).

Los últimos cinco años del siglo XX sirvieron para que la Universidad de León, la Universidad de La Coruña, la Universidad de Navarra, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Autónoma de Madrid, entre otras, dieran sus primeros pasos en el mundo de la radiodifusión española (Fidalgo, 2009).

3- La radio universitaria en España en la actualidad

En el año 2015, podríamos decir que se encuentran suscritas a la ARU la mayoría de radios universitarias que emiten con cierta continuidad. A partir de esta afirmación, señalaremos entonces que son 24 las estaciones de la ARU que cumplen con este requisito en nuestro país, aunque no debemos olvidar que hay proyectos radiofónicos que se encuentran intentando emerger, que ya se han unido a dicha asociación o que están en trámites de hacerlo.¹⁰

En este sentido, es importante destacar la coyuntura económica por la que pasa el país en estos momentos, un factor determinante que influye en la gestación y puesta en marcha de nuevas estaciones de radio universitarias, que ahora también amenaza la supervivencia de algunas de las que ya existen:

La crisis económica ha causado un fuerte impacto tanto en el sector audiovisual como en el Tercer Sector. Fusiones entre cadenas TV, despidos masivos en los medios públicos y privados, desaparición de emisoras municipales, drásticos recortes de las ayudas a ONGs y entidades sin ánimo de lucro. Sin embargo la

¹⁰ Asociación de Radios Universitarias de España. (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2014, de <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/>

crisis no supone una gran amenaza al maltrecho Tercer Sector Audiovisual, ya acostumbrado a sobrevivir entre constantes dificultades (legales y económicas). Las radios afectadas han sido las que cuentan con personal contratado y realizan proyectos sociales financiados por subvenciones públicas. (García, 2013: 123)

Por otro lado, tal y como indica Fidalgo, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha favorecido la creación y proliferación de estaciones de radio, debido al abaratamiento de los costes:

El desarrollo de las nuevas tecnologías en la última década del siglo XX ha provocado que los diversos medios de comunicación hayan tenido que adaptarse a las novedades. Desde finales de la década de 1980, la transformación de los medios técnicos se vio motivada por la invasión de la informática; esta penetración estuvo basada en los procesos de grabación, edición, producción y automatización. Esta situación de cambio se vio acrecentada por el abaratamiento de los costes de comunicación vía satélite. (Fidalgo, 2009)

Debido a ello, un gran número de universidades se suben al carro de la innovación tecnológica y se aventuran a poner en marcha su propia estación de radio con fines sociales y formativos (en cuanto a la formación de futuros profesionales de la radio) y no comerciales.

Para hablar de la actualidad de las radios universitarias españolas, las incluiremos dentro de lo que Calvo (2011: 1-10) denomina medios del Tercer Sector o medios alternativos. Nos apoyaremos en su discurso, que indica que son medios que a pesar de su larga trayectoria y su reconocimiento oficial, la mayoría carece de respaldo legal, motivo por el que se les incluye en el mismo saco que a los medios piratas. Incluso después de la entrada en vigor de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, aprobada en 2010 (LGCA), que según la autora los respalda, “después de su aprobación, la realidad es otra bien diferente” (Calvo, 2011: 1-10). Por lo tanto en el 2015, continuamos encontrándonos ante una situación de alegalidad, tal y como

indica Durán refiriéndose al caso concreto de las emisoras universitarias españolas, “la Ley General de Comunicación Audiovisual planteaba esperanzas para su regularización y para el desarrollo del Tercer Sector de la Comunicación en el ámbito radiofónico y, sin embargo, aboca a estas emisoras no lucrativas a una incierta supervivencia” (Durán, 2011: 1).

Por su parte, Vázquez (2012: 96-99) afirma que en 2010 la radio universitaria en España es un tipo de difusión vinculada en la mayoría de los casos a talleres de comunicación de las propias universidades, más que a una figura de radio pública con sus características de institución y financiación. Entre las características fundamentales de este tipo de emisoras, la autora alega que transmiten con potencias muy reducidas y que la falta de personal, recursos económicos y una ley que ampare la existencia de este tipo de radios se ve contrarrestada por la presencia de un buen número de voluntarios comprometidos con la causa y la constante rotación de personas. En su análisis aporta que la mayoría de estaciones transmiten las 24 horas del día en FM a excepción de las que producen en exclusiva para internet y que operar a bajo coste, con el mínimo personal contratado, es una característica común en todas las emisoras, así como que hay una alta presencia de jóvenes que realiza las producciones, siendo una buena parte estudiantes de la propia universidad. Según la autora, el uso de las nuevas tecnologías, patrocinios y convenios motivan a los estudiantes. En cuanto a la programación, indica que predominan en las parrillas los contenidos culturales con formatos variados y abiertos a la experimentación.

En el momento en el que nosotros realizamos esta investigación, al hilo de las afirmaciones que realiza Vázquez, podríamos decir que, aunque no se ha conseguido que las emisoras de radio universitarias tengan forma de “radio pública con sus características de institución y financiación” se está avanzando sobre este tema mediante la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), que tiene entre sus objetivos la consecución de la inclusión

en la legislación actual de la figura de la radio universitaria, desde que se creara dicha asociación en el año 2011.

Reseñamos, por otra parte, que la creación de la ARU no constituye un hecho aislado, pues, tal y como apunta Fidalgo (2011: 122), se venía gestando en forma de reuniones y encuentros entre las radios universitarias españolas desde el año 2004.

Por otro lado, en cuanto a la operatividad de las emisoras a bajo coste, podríamos decir que hay emisoras muy bien equipadas que cuentan con una plantilla fija del tamaño de la de una emisora de radio comercial pequeña. Un ejemplo podría ser Radio UMH de la Universidad Miguel Hernández, por lo que quizá, años después de la investigación de Vázquez (2012), podríamos indicar que no se trata de una característica común a todas las emisoras, aunque es cierto que sí es una constante en muchas de ellas.

En cuanto al tipo de emisión, el panorama radiofónico universitario en el año 2015 en comparación con el del año 2010 también ha cambiado. En la investigación llevada a cabo para realizar esta memoria, hemos podido constatar que de las 22 emisoras analizadas ya solo emiten por FM el 36% de las estaciones, por lo que este sistema de transmisión ya no es el más extendido. En algunos de los casos, el cese se ha debido a la operatividad que proporciona el uso del *podcast* en emisoras formativas como única herramienta de emisión, y en otros, al no entendimiento con la entidad propietaria de la frecuencia, que ha llevado al abandono de la misma.

En su estudio, Chávez (2013: 24-26) propone una exploración del término *podcast* que los responsables del *Oxford Dictionary of English* recogen en el año 2013, indicando que se trata de una definición determinada por tres elementos fundamentales: es multimedia, es descargable y puede ser transportado en un dispositivo portátil además de tratarse de un instrumento

para la distribución de contenidos sonoros a través de internet que representa un fenómeno comunicacional.

Además, en la afirmación de Vázquez de páginas anteriores, se expone que el uso de las nuevas tecnologías motiva a los estudiantes, una afirmación que podría también trasladarse a la actualidad, debido a que en muchas ocasiones, son los propios estudiantes los que se ocupan de hacer llegar a las plataformas como iVoox, así como a las redes sociales, las grabaciones de sus espacios o *podcast*, una forma de escuchar la radio cada vez más extendida. Una vez abordado el término *podcast*, concretaremos lo que significa *podcasting*:

Podcasting es el término resultante de la unión del término inglés *pod*, que quiere decir vaina o cápsula (y que da también origen al nombre del popular reproductor de audio portátil iPod) y *Casting*, apocope de la palabra inglesa *broadcasting*, difusión masiva de contenidos. También se asocia el origen a las siglas POD: *Portable On Demand* (portátil bajo demanda)” (Gelado, 2007).

Es interesante esta aportación sobre el *podcasting* para completar este concepto:

(...) el *podcasting* no sólo consiste en colocar contenidos sonoros en los sitios web. Aun cuando estos puedan ser escuchados vía online o permitan su descarga manual, el podcast representa un paso más en esta evolución, hablamos de la suscripción a las emisiones. Es a través de esta posibilidad que el usuario es capaz de romper con la figura de «Gatekeeper» y convertirse en su propio programador de contenidos. (Chávez, 2013: 132)

El autor indica que un ejemplo de ello podría ser la 98.3 Radio, formando parte de las emisoras que desarrollan secciones que además de permitir el acceso a los contenidos vía online y mediante la descarga manual, ponen a disposición del usuario la posibilidad de la suscripción a todas sus emisiones, normalmente vía iTunes y RSS (Chávez, 2013: 132).

Por otro lado, también podríamos mencionar de nuevo el caso de Radio UMH, de la Universidad Miguel Hernández de Elche, que posee una fonoteca que pone a disposición del usuario sus *podcast* desde el comienzo de su andadura en el año 2007, y los mantiene a día de hoy, de manera que, en cualquier momento se pueden recuperar.¹¹

En suma, a través de los datos recogidos en nuestra investigación, podemos afirmar que el 100% de las estaciones de radio universitarias estudiadas hacen uso de este instrumento o herramienta de comunicación.

También conviene subrayar, como ya apuntaba Fidalgo, que la expansión de la radio universitaria ha sido propiciada sin duda por el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (Fidalgo, 2009). Marta-Lazo y Martín (2014: 3-8), en este sentido, exponen que las nuevas tecnologías facilitan el quehacer diario de las estaciones de radio universitarias tanto en el tema legal como espacial o temporal, ya que uno de los principales problemas existentes es conseguir licencias administrativas para la emisión. Para estos investigadores, las radios universitarias gracias a internet, pueden salir al aire supliendo esa carencia e, incluso, pudiendo alcanzar una repercusión mayor, al romper las barreras espacio-temporales. Para ello hacen uso de los servicios de *podcast*, la radio a la carta, las aplicaciones para teléfonos inteligentes o *apps*, indicando que los servicios interactivos y de democratización del medio han venido a consolidar el papel de servicio público y social de estas emisoras, no sólo en el ámbito académico, sino en el ámbito exterior a la institución, dando la voz a la sociedad, que otros medios le niegan.

Las aplicaciones o *apps* de los teléfonos inteligentes ayudan a la expansión del fenómeno de la radio universitaria on line en la actualidad. La emisora pionera en poseer una *app* propia fue Radiouniversidad.es, de la

¹¹ Fonoteca Radio UMH. (s.f.). Recuperado el 23 de Abril de 2015, de <http://radio.umh.es/fonoteca-radio-umh/>

Universidad de Almería. En palabras de su responsable: “fuimos la primera emisora que tuvimos aplicación móvil. La tuvimos, pero no la podíamos mantener, hay que ir actualizándola. El creador se la vendió a la radio de la Universidad de Extremadura”.¹²

A partir de datos obtenidos a través de nuestra investigación, podemos afirmar que de la muestra de estaciones universitarias analizadas, el 31% posee una aplicación propia para la escucha de la emisora mediante dispositivos móviles, el 18% se encuentran trabajando en la construcción de la misma, y el 50% no tiene, incluyendo la mencionada Radiouniversidad.es, que la tuvo, pero se vio obligada a deshacerse de ella. De ahí extraemos la idea de que la mitad de estaciones españolas analizadas aún no se ha unido al carro de la implementación de una *app*, aunque la otra mitad sí la posee o se encuentra realizando esa tarea de construcción. Por todo ello, podríamos afirmar que aún no se encuentra muy extendido entre las estaciones de radio universitarias españolas el uso de esta herramienta de comunicación.

Pese a las circunstancias económicas que atraviesa nuestro país, y por ende las universidades españolas, los investigadores Marta-Lazo y Martín, que también son directores de emisoras universitarias, poseen una visión optimista:

(...) nos encontramos en un momento idóneo, a pesar de la crisis reinante, para emprender un proyecto radiofónico universitario, en comparación con unos años atrás, y todo ello gracias a los avances en las tecnologías y al apoyo de la ARU, que han facilitado el proceso de inicio de la aventura radiofónica universitaria. Internet o el Software Libre, sólo son unos ejemplos de la facilidad legal y económica que impera en la actualidad. Nos encontramos en un escenario de innovaciones continuas, un entorno en el que se nos ofrecen interesantes oportunidades para la evolución de este tipo de estaciones, únicamente limitadas, en la actualidad, por las circunstancias económicas que

¹² Benavides, E. (23 de Enero de 2015). Entrevista Responsable Radiouniversidad.es. (R. Pinto, Entrevistadora)

rodean al país, en general, y a la Universidad, en particular. (Marta-Lazo y Martín, 2014:4- 5)

4- La radio universitaria en Andalucía

Una vez esbozado el panorama radiofónico universitario español actual, abordamos la situación en la Comunidad Autónoma de Andalucía. En el 2015 existen tres emisoras universitarias: UniRadio Huelva, que pertenece a la Universidad de Huelva; UniRadio Jaén que como su propio nombre indica, pertenece a la Universidad de Jaén; y Radio Universidad.es, que sería la emisora universitaria de la Universidad de Almería. Destacamos como punto importante de esta investigación que en dichas universidades no se imparten titulaciones de Ciencias de la Comunicación, por lo que estas emisoras no pueden considerarse formativas en lo que a nuestro concepto de “formar profesionales de Ciencias de la Comunicación” se refiere. No obstante, a lo largo de este apartado señalaremos las titulaciones mencionadas ubicadas en las provincias andaluzas, dada la relación de este dato con nuestro objeto de estudio.

Aunque Ciencias de la Comunicación es una rama que engloba los Grados en Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, durante esta investigación haremos referencia a los estudiantes y planes formativos de esta rama, refiriéndonos a Comunicación Audiovisual y a Periodismo, puesto que nuestro objetivo es implementar un plan de prácticas y un modelo de estación universitaria que sea útil para formar profesionales de la Comunicación, entendiendo como beneficiarios de esta aportación, en primer lugar los alumnos pertenecientes a sendas titulaciones. Los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas no quedarán excluidos en la propuesta, puesto que se contempla la participación de toda la comunidad universitaria, así como de toda persona que lo desee, pero esta colaboración se observa desde otro punto de vista, que no se corresponde con la formación de profesionales de la radio, que a nuestro juicio, son los alumnos de

Comunicación Audiovisual y Periodismo, basándonos en los perfiles profesionales que pertenecen a estas dos titulaciones.

Una vez realizada esta aclaración y continuando con el tema que nos ocupa, aunque no están tipificadas como emisoras de radio universitarias, en Andalucía existen unas figuras que llamaríamos talleres de radio (en un intento de encerrar en un concepto lo que este fenómeno supone), las cuales podrían constituir el comienzo o el punto de partida de lo que serían futuras radios universitarias.

Por orden de antigüedad, señalamos la existencia del programa *Aula Abierta*, un magazine radiofónico realizado por estudiantes de la Facultad de Comunicación de Sevilla, bajo la supervisión del director docente Fernando Segundo. Según se describe en su web,¹³ se trata de un espacio dinámico dedicado a la actualidad universitaria que cumple en la temporada 2014/2015 su decimotercer año de emisión, cuarto en Radio Andalucía Información (RAI). *Aula Abierta* cuenta con el apoyo del servicio público de difusión, RAI, Canal Sur Radio así como del “Instituto de Estudios Cajazol” de la Fundación Cajazol. Este espacio se emite los sábados de 19:00 a 21:00 horas, y en redifusión los lunes de 23:00 a 01:00 horas. Consta de 15 secciones, siendo una de ellas informativa, y contando ésta con la colaboración de alumnos de nueve universidades andaluzas. Sin duda, otra iniciativa destacable en el contexto sevillano surge durante el curso 2013-2013 con la puesta en marcha de la Compañía Radioteatro de la Facultad de Comunicación, dirigida por la profesora Virginia Guarinos. En este caso se trata de una actividad en la que se implica fundamentalmente al profesorado pero cuyo alcance trasciende a toda la comunidad universitaria. Además por su singularidad desde el punto de vista creativo, consideramos que resulta de gran interés. La Universidad de Sevilla alberga los títulos de Grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo.

¹³ Aula Abierta. (s.f.). Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de <https://aulaabiertaus.wordpress.com/>

En la Universidad de Málaga, desde el año 2013 se lleva a cabo Escuela de Radio Campus UMA de la mano del profesor Juan Tomás Luengo, adscrito al Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Colaboran en su mayoría alumnos de Periodismo, aunque también pueden hacerlo estudiantes de Comunicación Audiovisual y Marketing e Investigación de Mercados, encontrando en este taller una plataforma práctica en la que aplicar los conocimientos de radio aprendidos en las aulas. En este caso, se trata de un programa de cincuenta minutos de duración que se emite con periodicidad semanal en la segunda cadena de COPE Málaga, en el dial 105.5 de FM. Cada miércoles, los alumnos ocupan un espacio comprendido entre las 13:30 y las 14:30h., en el que realizan un programa de contenido universitario con diferentes secciones. La duración de esta actividad está comprendida entre los meses de noviembre a julio y cuenta con el respaldo de la Universidad de Málaga, que cede un seminario en sus instalaciones para las reuniones semanales destinadas a la preparación del espacio radiofónico. Esta universidad incluye entre su oferta de estudios los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo.

La Universidad de Córdoba “tiene muy avanzado su proyecto de radio universitaria, gracias al asesoramiento de otras emisoras universitarias, aunque por varios cambios en los equipos universitarios parece estar estancado” (Martín, 2013: 138). Es de especial interés para esta investigación el hecho de que la Universidad de Córdoba no albergue grados relacionados con la rama de Ciencias de la Comunicación, como son Comunicación Audiovisual o Periodismo, teniendo sin embargo muy desarrollado su proyecto de emisora de radio.¹⁴

Por otra parte, la Universidad de Granada (UGR), que oferta entre sus estudios el Grado en Comunicación Audiovisual, y en el curso 2013/2014

¹⁴ Universidad.es. (s.f.). Recuperado el 30 de Octubre de 2014, de Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE): <http://www.universidad.es/titulaciones/buscador-titulaciones?q=Graduado+Graduada+en+Periodismo&level=&branch=Ciencias+Sociales+y+Jur%C3%ADdicas&items=50&page=1>

planteaba en tercer curso un taller de radio enfocado como una asignatura de carácter optativo,¹⁵ mas no tenemos constancia de que los productos radiofónicos elaborados en dicha actividad se llegaran a poner a disposición de los internautas en la red de manera sistemática. La UGR no oferta el Grado en Periodismo.

En cuanto a la Universidad de Cádiz, ésta no ofrece estudios de Grado en Comunicación Audiovisual ni en Periodismo, y tampoco hay constancia de ninguna actividad docente relacionada con la radio universitaria o taller de esta naturaleza.

En general, para hablar de las emisoras universitarias en la comunidad autónoma andaluza, debemos indicar que existe una normativa que abordaremos en profundidad en páginas posteriores, que permite la emisión a través de la FM de forma legal. Es por este motivo por el que las estaciones universitarias pueden tener un dial asignado por el que emitir legalmente, siempre que sean radios culturales o sin ánimo de lucro. Por otro lado, aún se está gestando la que será la Ley Audiovisual de Andalucía, que según la directora de UniRadio Huelva, Paloma Contreras,¹⁶ va a contemplar la figura de la radio universitaria.

A continuación realizamos un análisis de cada una de las tres estaciones universitarias andaluzas, destacando su trayectoria, fundamentos y objetivos.

UniRadio Huelva

UniRadio Huelva fue creada en el año 2007, y además de ser la pionera en Andalucía, supone la emisora de referencia en este ámbito puesto que las

¹⁵ Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada. (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de http://fcd.ugr.es/static/GestorDocencia/*/GCA/3/D2

¹⁶ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

otras dos universidades andaluzas que coexisten con ella, han bebido de sus estatutos así como de su constitución durante su periodo de gestación.

Martín (2013: 382-383) apunta que fue a finales de los años noventa cuando empiezan los primeros movimientos en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Huelva para poner en marcha un laboratorio de medios y una emisora experimental. Este proyecto no prospera debido al insuficiente apoyo de las autoridades académicas, que veían con recelo la posibilidad de abrir un canal comunicativo a los estudiantes, aunque en diciembre de 2002, desde los órganos de gobierno se aprueba y publica el reglamento de una futura emisora en el Boletín Oficial de la Universidad. El autor indica también que cuando se dio un cambio en el equipo rectoral se produjo una apuesta por la emisora de radio universitaria, ya que José Ignacio Aguaded, el que fuera el promotor de la idea y profesor de la Universidad de Huelva, desde su nuevo cargo de Vicerrector de Tecnologías y Calidad, sería vital para el relanzamiento del proyecto. El apoyo directo del Rector y la aprobación de Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios, que posibilitaba la creación emisoras culturales, fue esencial para la construcción y puesta en marcha definitiva de UniRadio Huelva. Para el citado investigador UniRadio Huelva es:

un referente de apertura social de las ondas universitarias, que promueve un cauce de comunicación entre toda la comunidad universitaria para fomentar la cultura y la educación en la sociedad en general, desde la perspectiva científica y cultural. El propósito es, ser una radio cultural, recreativa y educativa alternativa que no entre en competencia con las emisoras comerciales por tener un espacio propio, dedicado a la cultura universitaria y al entorno que nos rodea. (Martín, 2013: 147)

Con esos propósitos, desde UniRadio Huelva, se plantean los siguientes objetivos:¹⁷

- Culturales, que fomenten los valores de la cultura de la ciudad, de la provincia, de la comunidad y del Estado, así como los valores universales y de protección de los derechos humanos recogidos en los tratados internacionales y en los derechos humanos.
- Recreativos y lúdicos, ya que UniRadio Huelva se concibe como un espacio de actividad universitaria, interuniversitaria y de extensión universitaria, con proyección en la sociedad en general.
- Informativos, para dar a conocer a la comunidad universitaria y a la sociedad, en general, la vida de la universidad y la percepción de la realidad que los alumnos universitarios y otros sectores de la institución superior tienen de los acontecimientos de la actualidad. Acercase a los alumnos universitarios, y acercar la universidad a la ciudadanía en su conjunto.
- Formativos, para incentivar y concienciar a la comunidad universitaria de la necesidad de nuevos conocimientos que superen el modelo tradicional de la enseñanza en las aulas para tender a una sociedad de la información a través de las ondas.

UniRadio Huelva ha recibido numerosos premios y reconocimientos a nivel europeo y español tanto por su labor como medio de comunicación social como por su compromiso con la educación y los valores democráticos, siendo uno de los programas más populares de la estación *El zapato roto* realizado por internos y educadores de la prisión de Huelva (Contreras, 2012: 158-161).

La gestión de la emisora se realiza a través de la Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva, amparada por el Decreto 174/2002 de 11 de junio, como apuntábamos anteriormente, por el cual es legal que una emisora

¹⁷ Universidad de Huelva. (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de http://www.uhu.es/sec.general/Normativa/Texto_Normativa/2011-11-reglamento-uniradio.pdf

universitaria en Andalucía tenga su propio dial de FM si se trata de una emisora cultural sin ánimo de lucro.

En enero de 2014 la situación de UniRadio Huelva ha cambiado con respecto a años anteriores. Paloma Contretas indica que se ha producido un cambio en el Equipo de Gobierno en la Universidad de Huelva (UHU) que se ha traducido una reestructuración del personal propio de la universidad, por el que no se ha producido la renovación de numerosos contratos dependientes de la misma, incluidos el de la directora de UniRadio Huelva, así como el del director de programación.¹⁸ Este cambio en la plantilla de la estación ha sido motivado por la fuerte crisis económica. Contreras es quien ahora asume las labores de dirección de la emisora además de tener el cargo de Presidenta de la Asociación, gestionándola desde el año 2010. Apunta que desde la creación de la estación, se concibió como parte de la universidad y como medio independiente, motivo por el cual se le da forma de asociación sin ánimo de lucro, precisamente, para en caso de que hubiera un cambio de gobierno y de política en la universidad, la radio pudiera seguir funcionando como proyecto educativo, cultural y social. La Universidad de Huelva a comienzos del 2015 ya no aporta recursos para la manutención de la emisora, pero tiene a bien mantener una radio universitaria mientras que no le suponga un coste económico. Para el sustento de la misma se intentan conseguir subvenciones y convenios tanto con la universidad, como con otras entidades autonómicas y provinciales.¹⁹

UniRadio Jaén

Por orden de constitución, UniRadio Jaén fue la segunda emisora de radio universitaria que se puso en marcha en Andalucía. En el año 2009 nace esta estación también de marcada orientación cultural, que se autodenomina

¹⁸ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁹ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

como emisora de “carácter apolítico, sin consignas ideológicas tendenciosas y, en puridad, altruista”²⁰ que plantea una programación alternativa, en busca de la innovación en formatos y contenidos. Otra de las características principales de esta estación es la defensa de los derechos de las personas y de los animales. En palabras de su director: “somos una emisora que defiende a capa y espada el tema de los derechos humanos y de los animales, por ello la tauromaquia es una de las cuestiones que tratamos de evitar”.²¹ También se encuentra bajo el paraguas legal que le brinda la Asociación Cultural Radio Universitaria de Jaén.

UniRadio Jaén comienza su andadura en abril de 2010, en un principio, solo mediante emisión on line, y fue en octubre del mismo año cuando se une al carro de las ondas hertzianas mediante el dial 95.6 de la FM. Apunta Martín (2013: 145), que esta emisora surge de una iniciativa en la cual estudiantes, docentes y equipo de gobierno de la universidad participan y colaboran en la puesta en marcha, así como en la realización de todos los programas, siendo el alumnado el sector más participativo. El autor destaca “la gran expectación que se vivió con la puesta en marcha de la emisora, incluso antes de iniciar sus emisiones, ya eran casi un centenar de personas las que habían solicitado participar, proponiendo la realización de gran variedad de espacios” (Martín, 2013: 145).

Entre los objetivos de UniRadio Jaén se encuentran:²²

- La objetividad, la transparencia y la libertad, siempre desde el respeto, además de la coherencia, el criterio y la seriedad.
- Carácter plural, tanto en forma como fondo, teniendo siempre en cuenta los pilares que interactúan en el proceso comunicativo (producción y recepción).

²⁰ UniRadio Jaén. (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://uniradio.ujaen.es/conocenos/uniradio-jaen>

²¹ Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Entrevista Director UniRadio Jaén. (R. Pinto, Entrevistadora)

²² UniRadio Jaén. (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://uniradio.ujaen.es/conocenos/radio-universitaria>

- Capacitar a los alumnos a la hora de expresarse con fluidez y dominar estrategias discursivas varias, esencial para su proyección laboral o, en general, para la necesaria habilitación asertiva e interactiva en sociedad, mediante una tutela diaria por parte de los profesionales de la emisora además de la propuesta de diversos cursos de formación relativos a la comunicación audiovisual (realización –guión radiofónico, escaleta, grabación, edición, *software*- o redacción periodística).

UniRadio Jaén, al igual que su antecesora de Huelva, ha recibido diversos premios y reconocimientos procedentes del Instituto de la Juventud, de la Junta de Andalucía y del Ayuntamiento de Jaén, entre otros.

Un elemento destacable de esta emisora resulta su página web, que permite incluso ver el estudio a través de la *web cam* mientras se está emitiendo en directo, además de una completa fonoteca. En la dirección de la emisora se encuentra Julio Ángel Olivares, Profesor Titular del Departamento de Filología Inglesa de la Universidad de Jaén. Otro aspecto destacable es que la emisora tiene a dos personas contratadas por la asociación que trabajan para la radio, ocupando las figuras de subdirector o coordinador, y por otro lado de técnico.

Para su director, Julio Ángel Olivares, las redes sociales son uno de los puntos fuertes de la emisora universitaria, formando parte UniRadio Jaén y sus colaboradores de los agentes más influyentes de la provincia de Jaén en el entorno digital.²³

Radiouniversidad.es o UAL Radio

Es la tercera emisora de radio universitaria que ha visto la luz en Andalucía y hasta el momento la última. Comienza su funcionamiento en el

²³ Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Entrevista Director UniRadio Jaén. (R. Pinto, Entrevistadora)

año 2010, bajo una encomienda de gestión a la Fundación Mediterránea Universidad Empresa, que a su vez tiene una oficina de comunicación, que es la que se encarga de gestionar la radio universitaria, por lo que, orgánicamente, pertenece al Gabinete de Comunicación adscrito al Rectorado de la Universidad de Almería, que es la propietaria de las instalaciones de la emisora.

Para Martín (2013: 436), esta estación surge para posibilitar que los participantes sean a su vez emisores y receptores, permitiendo de forma más eficaz la interacción social dentro de la comunidad universitaria, apostando desde su nacimiento por los *podcast*, el uso de blogs y las redes sociales.

La emisión por ondas hertzianas en UAL Radio es un fenómeno reciente, puesto que se puede sintonizar en el 98.4 de FM desde mayo de 2014. Radiouniversidad.es se describe en su web²⁴ como un canal de comunicación abierto y flexible, entre y para el alumnado y el profesorado, y en el que también participa el PAS, a través de las tecnologías de la información y la comunicación. Entre sus objetivos se contempla la utilización del *podcast* para dar respuesta a las necesidades de información de los estudiantes sobre aspectos básicos de sus titulaciones, actividades universitarias, oferta académica y otros servicios de su interés y para posibilitar la participación activa del alumnado en este medio como una forma de mejorar sus competencias comunicativas, ofreciendo un servicio más dentro de la universidad.

En la actualidad muchos de esos *podcast* han tomado forma de programas, conservando la riqueza temática de los mismos como: ciencia, igualdad de género, orientación, toros, deportes y noticias, entre otros. Radiouniversidad.es se articula alrededor de la vida de la universitaria

²⁴ UAL Radio. (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://www2.ual.es/radioual/bienvenido-a-radio-universidad-ual/>

almeriense, cuya parrilla intercala música y mezcla distintos géneros, ofreciendo información y entretenimiento.

La responsabilidad de la emisora recae sobre Esther Benavides, que a su vez trabaja para la Fundación Mediterránea Universidad Empresa, encargándose de la comunicación de la universidad junto con otro compañero. Entre sus tareas se encuentran la gestión y producción de la emisora, la redacción de diversos espacios y la labor de instruir a los estudiantes que se incorporan.²⁵

Como hemos señalado anteriormente, Radiouniversidad.es fue la primera emisora de radio universitaria en ofrecer sus contenidos a través de una *app*, aunque en la actualidad ya no cuentan con dicha herramienta de comunicación, debido al coste económico que suponía su mantenimiento y actualización.

4.1- Análisis comparativo de las radios universitarias andaluzas

Para concluir el apartado dedicado a las emisoras de radio andaluzas, realizaremos un análisis comparativo que nos será de utilidad para la consecución de nuestros objetivos. Para la elaboración del mismo nos hemos basado en las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas durante nuestra investigación a los responsables de cada estación de radio.

Las tres emisoras analizadas pertenecen a universidades de titularidad pública, constituyéndose consecutivamente por este orden en primer lugar, UniRadio Huelva en 2007, Uniradio Jaén en 2009 y Radiouniversidad.es. también conocida como UAL Radio en 2010.

En cuanto a la dependencia o gestión, las dos primeras pertenecen a una asociación cultural cuyo nombre contiene el que bautiza a la emisora en

²⁵ Benavides, E. (23 de Enero de 2015). Entrevista Responsable Radiouniversidad.es. (R. Pinto, Entrevistadora)

cada caso, algo que no ocurre en la radio de la Universidad de Almería, puesto que se trata de una encomienda de gestión a la Fundación Mediterránea Universidad-Empresa. Las instalaciones de las tres estaciones se encuentran en el seno de la universidad que les da nombre, por lo que cuentan con el apoyo de la institución superior para funcionar, aunque las dos estaciones pioneras en Andalucía estén constituidas bajo asociaciones independientes. En cuanto a la financiación, en el caso de Huelva, la subsistencia se obtiene mediante proyectos, convenios y subvenciones que les brindan diferentes entidades, siendo la propia universidad que las alberga la responsable de su financiación en los casos de Jaén y Almería.

Por otro lado, entre los compromisos de las estaciones analizadas en Andalucía se encuentra especialmente la responsabilidad social, siendo UniRadio Huelva un ejemplo paradigmático en este sentido, seguido por las otras dos estaciones. Hemos comprobado que la función predominante en la radio universitaria en los casos de Huelva y Jaén coincide, se trata de la función social, mientras que en el caso de Radiouniversidad.es la función principal es la informativa.

El tipo de cuñas o forma de publicidad que se utiliza en las emisoras varía según la estación en la que nos encontremos. En UniRadio Huelva se hace uso de cuñas promocionales de los propios programas, cuñas sociales así como el patrocinio de espacios, amparada por el Decreto 174/2002 de 11 de junio. En el caso jiennense, además de las mencionadas, también se emiten cuñas que clasificaríamos como institucionales de la propia universidad, mientras que en Almería sólo se lanzan cuñas sociales institucionales.

El organigrama de las radios universitarias andaluzas también varía en función de la ubicación geográfica en la que nos encontremos. En UniRadio Huelva, aunque se encuentran en un periodo de transición, la intención es continuar manteniendo el formato estructural anterior consistente en los

siguientes puestos: un director, un responsable de programación y un técnico con una persona de apoyo. En UniRadio Jaén el organigrama está formado por un director, un subdirector que también es técnico y un técnico, contratados los dos últimos por la asociación cultural. En el caso de Radiouniversidad.es, la estación forma parte del Gabinete de Comunicación de la Universidad de Almería, y su núcleo está formado por su responsable, quien realiza tareas de dirección, producción y redacción, con la ayuda de voluntarios.

Entre las personas que trabajan en la emisora y reciben remuneración por ello, en la radio onubense, cuando la universidad puede hacerse cargo de las nóminas, son el director, el responsable de programación y el técnico. En Jaén, como ya hemos comentado anteriormente, están contratados por la asociación el subdirector y el técnico, ya que el director forma parte del Personal Docente Investigador de la universidad. En Almería la única persona que recibe remuneración por su trabajo es la responsable de la estación, de cuya nómina se responsabiliza la Fundación Mediterránea Universidad-Empresa.

En cuanto a los voluntarios, contabilizados como personas que colaboran en la estación sin recibir remuneración por ello, encontramos que pertenecen a diferentes colectivos: Personal Docente e Investigador (PDI) de la universidad en los casos de Huelva y Jaén; Personal de Administración y Servicios (PAS) en las tres estaciones analizadas; alumnos de diferentes titulaciones en muchos casos realizando el *practicum* o prácticas curriculares; y en todos los casos, colaboradores externos, es decir, personas que no tienen relación con la universidad pero acuden con asiduidad a la emisora. En cuanto al número de colaboradores en la estación, podríamos situar a UniRadio Jaén en primer lugar, UniRadio Huelva en segundo lugar y Radiouniversidad.es en tercer lugar.

Un elemento de estudio importante para esta investigación es cómo se realiza la formación de los estudiantes en cada emisora. En este caso, no alcanzamos resultados sobre estudiantes de Ciencias de la Comunicación, puesto que, como hemos comentado anteriormente, en estas universidades no se ofertan estudios de esta rama. Aun así, obtenemos que en UniRadio Huelva se ofrecen cada año cursos básicos de radio, y también existen asignaturas relacionadas con medios de comunicación que vinculan algunas de sus prácticas a la estación universitaria. En Jaén, coincidiendo con la semana de celebración del aniversario de la emisora, se realizan distintas formaciones relacionadas con la materia radiofónica. En Almería el Trabajo Fin de Grado en algunas titulaciones se enlaza con la radio, de manera que debe ser presentado en formato radiofónico. En esta estación, es la propia responsable la que se encarga de realizar una formación intensiva a los alumnos que colaboran, de manera que están preparados para trabajar en dos semanas.

En todos los casos, los responsables de las emisoras manifiestan que los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa, mediante el trabajo de competencias transversales que les ayudan a desenvolverse en la vida real. El seguimiento de los mismos se realiza a través de la tutorización individualizada, en la medida de lo posible, por los responsables de la radio universitaria.

Recordamos que entre nuestros objetivos se encuentra implementar de un modelo de estación universitaria. Para ello es imprescindible abordar esta materia desde el punto de vista de la estructura técnica e infraestructura necesaria para crear un proyecto de estas características. Así pues, a continuación exponemos nuestro análisis, esta vez desde el punto de vista técnico-estructural.

Las tres estaciones andaluzas analizadas emiten a través de su propio dial de FM, y en los casos de Huelva y Jaén también se hace uso del

streaming o difusión mediante una plataforma web, en este caso, la página web de cada emisora. El *podcast* es utilizado en las tres estaciones, siendo iVoox la plataforma elegida para la difusión de estos contenidos por Uniradio Huelva y Radiouniversidad.es, mientras que la radio de la Universidad de Jaén utiliza su propia página web para ello.

Para la gestión de contenidos en las páginas web de las estaciones, se utiliza WordPress en Huelva y Almería, mientras que en Jaén el *software* o plataforma de gestión de contenidos elegida es Drupal. La única de las tres emisoras que posee aplicación para la escucha de la radio universitaria mediante dispositivos móviles es UniRadio Huelva, mas no debemos olvidar que la estación pionera en España en poseer una app fue Radiouniversidad.es, que tuvo que renunciar a ella por problemas de mantenimiento.

El *software* utilizado en las estaciones para gestionar la continuidad es el mismo en Huelva y Jaén, Jazler RadioStar, con licencia, y utilizándose además en el caso jienense Virtual Dj Free. En Almería hacen uso de ZaraRadio.

Las estaciones analizadas coinciden en el uso del mismo sistema operativo, Windows en todos los equipos informáticos. Por otro lado, para realizar labores de grabación y edición encontramos preferencias distintas: en Huelva el programa elegido para estas tareas es Sound Forge, en Jaen Adobe Audition y en Almería Audacity, *software* libre.

Hoy en día es posible trabajar desde cualquier lugar mediante una amalgama de dispositivos si se posee una conexión a internet. Pese a esta tendencia, hemos solicitado información sobre cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora de radio, entendidos como puestos con un equipo informático en el que realizar labores de redacción, como búsqueda de información o escritura de textos, siendo además hoy en día posible editar

sonido desde el mismo equipo. En este sentido, UniRadio Huelva dispone de tres, mientras que UniRadio Jaén al igual que Radiouniversidad.es. poseen solamente uno.

El número de estudios disponibles en una emisora es también un elemento importante a la hora de pensar en la construcción de una estación de radio. En este sentido, Huelva y Jaén cuentan con dos estudios propios de sendas radios universitarias, utilizados habitualmente, uno para directo y otro para grabaciones, teniendo la posibilidad de realizar autocontrol en los dos estudios mencionados en el primer caso, y solo en uno de los estudios, en el caso de Jaén. En Radiouniversidad.es existe un solo estudio desde el que se realizan todas las tareas necesarias.

La carga de programas de la emisora también debe ser un punto a contemplar desde el momento de la gestación de la idea. Es por ello que hemos consultado a los entrevistados cuál es el modelo de programación que utilizan. UniRadio Huelva hace uso de un modelo generalista en el que cabe todo tipo de contenidos con un marcado carácter social. En el caso de Jaén, debido a los ámbitos con los que se relacionan sus temáticas, de perfil académico y social, se consideran una emisora de radio especializada. Para Radiouniversidad.es el modelo utilizado es mixto, debido a que solo se tratan temas universitarios en algunos programas de la parrilla y no en todos. Todas realizan una disposición de sus programas en mosaico, de manera que se emiten diferentes programas uno tras otro. La divulgación científica es un aspecto que se contempla en las tres estaciones analizadas, a través de diferentes espacios. En nuestro análisis también hemos observado el número de programas que se llevan a cabo en cada estación siendo UniRadio Jaén la que más ofrece, en torno a 40, UniRadio Huelva en segundo lugar, y en tercer lugar Radiouniversidad.es. Por todo ello, podríamos decir que el número de programas que contiene la parrilla está directamente relacionado con el número de colaboradores de cada emisora.

Las tres estaciones abonan derechos de autor por la música que utilizan a la Asociación General de Autores de España (SGAE), variando la cuantía según la negociación de cada estación con el delegado de zona de la misma.

Hay que tener en cuenta también que, antes de poner en marcha una estación de estas características, es inevitable pensar en quién la escuchará, cuál será el público al que se dirigirán los mensajes de esta emisora. La audiencia es un concepto relativo según la estación universitaria en la que nos encontremos. En este sentido, Paloma Contreras apunta que:

nos importa la audiencia que busca contenidos diferentes y reflexivos, diferente a los contenidos de los medios convencionales. Hay bastante *feedback*, no nos importa el carácter cuantitativo. De hecho animamos a los voluntarios de los programas a tener el blog del programa, su propio Twitter, etc. No estamos incluidos en ningún estudio de audiencia.²⁶

Por otra parte, aunque para Julio Ángel Olivares, el concepto de audiencia es relativo para una emisora comunitaria, en UniRadio Jaén se observa este dato con especial cuidado, afirmando que la audiencia media que puede tener la emisora es de

25.000 oyentes potenciales diarios, con oscilaciones mínimas, casi todos ellos/as pertenecientes a la propia comunidad universitaria. Además, la frecuencia FM de UniRadio Jaén, cubre toda la capital jiennense y parte de la provincia, extendiendo el rango de oyentes en potencia.²⁷

Para RadioUniversidad.es, sin embargo, es más importante el concepto de participación en la emisora que la audiencia, ya que se concibió como un puente entre la comunidad universitaria y la propia universidad almeriense.

Martín (2013: 270) deja constancia en su investigación de lo difícil que resulta obtener una medición real de la audiencia en las emisoras

²⁶ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

²⁷ Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Entrevista Director UniRadio Jaén. (R. Pinto, Entrevistadora)

universitarias, de forma que existen instrumentos como Google Analytics, iVoox o las redes sociales que pueden ayudar a calcular el impacto de la estación en el público, mas no todas disponen de estas herramientas, por lo que se hace complicada la tarea de obtener una medición de audiencias homogénea con un criterio aplicable a todas las radios universitarias. Por otro lado, en nuestra investigación hemos constatado que la única emisora española que participa en un estudio de audiencias es la 98.3 Radio, de la Universidad de Navarra, la única que dispone de licencia comercial en nuestro país.

En su tesis doctoral, Casajús (2014: 149-151) indica que en una primera aproximación, la audiencia de la radio universitaria está conformada por sectores de la universidad y de la sociedad en general, en la que los estudiantes constituyen una gran parte de la misma. La investigadora indica que partir de internet y de las nuevas tecnologías, la radio universitaria tiene una posibilidad concreta de captar nuevos tipos de oyentes además de la posibilidad de generación de nuevos contenidos y nuevas formas de distribución de los mismos, que pueden ser aprovechadas para llegar a nuevas audiencias. En relación con su tema de estudio, indica que las redes sociales también aportan interesantes herramientas para acercarnos más específicamente a conocer las características de la audiencia de la radio universitaria y su comportamiento.

Por todo ello, basándonos en la repercusión en las redes sociales de las emisoras de radio universitarias andaluzas, según los datos obtenidos en nuestra investigación en marzo de 2015, UniRadio Huelva se sitúa como la estación más seguida en Facebook y Twitter con 5.612 “me gusta” y 1.893 seguidores. UniRadio Jaen se sitúa en segundo lugar con 3.945 “me gusta” y 898 seguidores. En el caso de Radiouniversidad.es no hemos podido realizar esta medición debido a que las redes sociales que se usan son las propias de la Universidad de Almería, por lo que es imposible obtener datos concretos sobre seguidores de la radio perteneciente a dicha universidad.

Concluiremos este análisis pormenorizado de las estaciones de radio andaluzas abordando cuestiones relacionadas con el código deontológico y el libro de estilo que utilizan. En UniRadio Huelva existe un reglamento o normativa aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Huelva en 2012 así como un decálogo de buenas prácticas que contiene cuestiones relacionadas con el funcionamiento y la filosofía de la emisora que deben ser respetadas por todas las personas que participen en ella. UniRadio Jaén establece unos principios que nacen de las enseñanzas de la radio predecesora, y además hace entrega a los colaboradores, al inicio de su actividad en la radio, de un *pack* que contiene documentos con las normas de funcionamiento, así como los estatutos de la emisora, que cumplen con los objetivos estratégicos que propone la Universidad de Jaén. En Radiouniversidad.es la normativa está basada en los documentos aportados por UniRadio Huelva, puesto que la estación pionera asumió la tarea de ayudar en la creación de las emisoras que surgieron posteriormente.

Para los responsables de las tres radios universitarias andaluzas estudiadas, los aspectos mejorables de las estaciones son, por una parte, la situación económica, que repercute en el personal que las conduce, que es quien verdaderamente se ocupa de sacarlas adelante. Por otra, señalan que de cara al futuro sería necesario conseguir un reconocimiento oficial para estas estaciones debido a la labor comunicativa y social que desempeñan.

5- La radio universitaria ante la ley

Aunque la radio universitaria sea un fenómeno que, como hemos señalando, goza de popularidad y aceptación (en unos países más que en otros) además de una larga trayectoria que viene desde los inicios de la radiodifusión regular, en esta segunda década del siglo XXI en países como España, aún no se encuentra regularizada desde el punto de vista legal. En nuestro país, los medios comunitarios están avalados por la Constitución y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y tras la reciente

aprobación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, dichos medios entre los que se incluyen las radios universitarias, siguen desprotegidos.

En este apartado abordaremos el panorama legal actual que envuelve a la radio universitaria, desde una perspectiva internacional hacia la local, en primer lugar, analizando la ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina, la cual iremos comparando con la actual Ley General de la Comunicación Audiovisual del 2010 española, así como el Proyecto de Real Decreto que desarrolla el artículo referido a los medios comunitarios sin ánimo de lucro. En segundo lugar, observaremos las diferencias en cuanto a la regulación de este tipo de emisoras existentes en las comunidades autónomas españolas, abordando con especial interés la norma andaluza, ya que nuestro estudio de caso se encuentra en la provincia de Málaga.

5.1- Tratamiento de la radio universitaria ante la ley en Argentina

En un país como Argentina, en el que existe una larga trayectoria en cuanto a la existencia de emisoras de radio universitarias, la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual,²⁸ promulgada el 10 de octubre de 2009, marcó un hito en la historia de los medios de comunicación del país, reemplazando a la Ley N° 22.285, impuesta por la Dictadura Militar en 1980. Analizamos esta legislación a continuación, debido a la especial atención con la que regula la actividad de las emisoras universitarias, a nuestro juicio, todo un ejemplo a seguir:

En Argentina, en 2.009 se aprobó una ley de comunicación que obliga a las universidades a tener radio y televisión universitaria con su licencia...Yo espero que no haya que esperar al 2.059 para que en España esto esté regulado. Yo confío en el trabajo que se está haciendo en el marco de la Asociación de Radios Universitarias en España, en la ARU, para que la función que acomete

²⁸ Ley 26.522 Servicios de Comunicación Audiovisual y reglamentación. (s.f.). Recuperado el 29 de Abril de 2015, de www.infoleg.gov.ar: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

este tipo de emisoras de función social y de servicio público tenga un reconocimiento legal en una futura ley reguladora del espacio radioeléctrico.²⁹

En la ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, en cuanto a la asignación de licencias para las universidades, se indica lo siguiente en el artículo 37:

El otorgamiento de autorizaciones para personas de existencia ideal de derecho público estatal, para universidades nacionales, institutos universitarios nacionales, Pueblos Originarios y para la Iglesia Católica se realiza a demanda y de manera directa, de acuerdo con la disponibilidad de espectro, cuando fuera pertinente.

Tal y como indica el texto, las universidades nacionales son tenidas en cuenta desde el primer momento a la hora de otorgar las licencias. Por otra parte, en el artículo 63 de la Ley se menciona la posibilidad de creación de redes de emisoras, en la que también están contempladas las universitarias, algo que en España en la actualidad resulta complicado, como explicaremos en páginas posteriores. En el artículo 65, apartado b, se especifican las características que deben cumplir las emisoras universitarias. Estas estaciones están ubicadas en esta ley dentro de la misma categoría que las emisoras de titularidad de Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipios, y se especifican los siguientes requisitos:

- i) Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción local y propia, que incluya noticieros o informativos locales.
- ii) Deberán emitir un mínimo del veinte por ciento (20%) del total de la programación para difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público.

Sin embargo, en la actual Ley General de la Comunicación Audiovisual española (LGCA), las emisoras universitarias están dentro de la misma categoría que las comunitarias sin ánimo de lucro, y se abordan en un artículo

²⁹ Martín, D. (16 de Diciembre de 2014). Entrevista Director Onda Campus. (R. Pinto Zúñiga, Entrevistadora)

que fue desarrollado mediante un Proyecto de Real Decreto posterior que trataremos en profundidad.

Retomando el análisis de la Ley N° 26.522 de Argentina, en el artículo 89 titulado “Reservas en la administración del espectro radioeléctrico” se detalla en el subapartado *d* que deben realizarse reservas de frecuencias, y se garantiza que eso ocurra:

d) En cada localización donde esté la sede central de una universidad nacional, una frecuencia de televisión abierta y una frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora. La autoridad de aplicación podrá autorizar mediante resolución fundada la operación de frecuencias adicionales para fines educativos, científicos, culturales o de investigación que soliciten las universidades nacionales.

En la LGCA del 2010, se alude a la misma idea de reserva de frecuencias para medios comunitarios sin ánimo de lucro, mas no se indica cómo ha de hacerse. Por otra parte, en el artículo 98, sección e, de la ley argentina se contempla la exención o reducción de los gravámenes para determinados tipos de emisoras, en el que se incluyen las emisoras del Estado nacional, de los Estados provinciales, de los municipios, de las universidades nacionales, de los institutos universitarios, las emisoras de los Pueblos Originarios y entre otras. Este trato es diferente en la ley española del 2010, puesto que habla de la fiscalización de las mismas y la obligación de hacerse cargo del pago de todos y cada uno de los cánones que las atañen.

En la ley argentina hay un capítulo especial denominado “Título VIII - Medios de Comunicación Audiovisual universitarios y educativos” en el que el primer artículo, el 145, indica que “las universidades nacionales y los institutos universitarios podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión.” Especificando en el artículo 147 la posibilidad de las emisoras universitarias de “constituir redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal al efecto de cumplir adecuadamente con sus objetivos.”

Como podemos observar en la ley argentina, es totalmente posible plantear un marco legal en el que la radio universitaria tenga su lugar, contemplándose en todo momento como un ente independiente y autónomo, permitiendo incluso la emisión en red.

5.2- Tratamiento de la radio universitaria ante la ley en España

Una vez abordada la ley de Comunicación Audiovisual argentina y el avance que supone para nuestro tema de estudio, volvemos al caso español, para el que Segura y Martín, afirman que el uso de las nuevas tecnologías ha facilitado el camino hacia la creación y supervivencia de emisoras de radio universitarias, relacionando este hecho con la existencia de internet y el limbo legal que brinda:

las ventajas evidentes de las nuevas formas de emisión a través de internet suponen el adiós definitivo a muchas limitaciones que condicionaban y en ocasiones hacían precario o incluso imposible el desarrollo de la radio universitaria. Por una parte, el problema de la adjudicación de frecuencias y la alegalidad con la que muchas emisoras funcionaban, en una especie de limbo permitido por la administración pero que implicaba una permanente situación de provisionalidad. Por otra parte, internet rompe con las limitaciones espaciales de la radio en FM y permite la emisión globalizada y sin fronteras. Y en tercer lugar, el desarrollo de soportes y programas de grabación y edición muchas veces gratuitos han facilitado la tarea en el entorno, en muchas ocasiones limitado de fondos de las universidades. (Segura y Martín, 2014: 7)

Como hemos observado, en la legislación española, aún no se contemplan a las emisoras universitarias de la forma que se hace en Argentina. Indica Durán (2011: 2) que los conceptos de radio comunitaria, cultural, asociativa, libre, independiente, educativa, de proximidad, medios sociales, alternativos, institucionales, Tercer Sector de la Comunicación... son términos utilizados para referirse a las radios no comerciales ni de titularidad pública (entendida ésta en manos de la Administración estatal, autonómica o municipal), en todos los casos, y aunque algunos de los adjetivos pudieran

aplicarse a temáticas que no aluden a la propiedad, su significado remite a emisoras cuya titularidad y administración emana de la sociedad civil, cuyos objetivos son sociales, culturales y/o educativos, y cuya gestión no tiene un fin lucrativo.

Para la autora, la excusa oficial para mantener en el limbo legal del que hablamos a este tipo de emisoras, es la limitación del espectro radioeléctrico, contemplado en la LGCA, por lo que sitúa la base del problema en la difusión radiofónica por ondas hertzianas o radiodifusión analógica, lo que, como indica supone un “freno al derecho constitucional de libertad de información cuando se trata de medios radiofónicos convencionales, pese a la inexistencia de ánimo de lucro, en un contexto en el que subyace la defensa de intereses empresariales” (Durán, 2011: 2).

El motivo por el cuál en unas comunidades autónomas españolas las emisoras de radio universitarias pueden disponer de un dial para emitir en FM está fechado en la década de los 90, cuando de forma generalizada, se transfieren a las CCAA las competencias en materia de medios de comunicación:

la aprobación de los diferentes decretos autonómicos ha generado una legislación muy diversa y dispersa, cuya descentralización habría sido positiva si hubiera dado resultados, pero se ha limitado al reconocimiento teórico y nominal de las radios comunitarias (generalmente denominadas culturales), sin que haya supuesto, en la práctica, su existencia legal, pues la concesión de licencias ha sido nula. (Durán, 2011: 3)

A lo largo de esta investigación se contempla el espectro radioeléctrico desde un punto de vista en el que prima la importancia de despejar del mismo aquellas estaciones que lo ocupan sin tener permiso para ello con fines comerciales. No obstante, es un asunto difícil de abordar, ya que la LGCA española no es clara en algunos preceptos y son muchos los intereses que se mueven en torno al mismo. En este caso, intentaremos arrojar luz sobre este

tema centrándonos en la posibilidad de que las radios universitarias puedan en un futuro no muy lejano llegar a tener la posibilidad de emitir mediante una licencia de FM.

En este sentido, es interesante para abordar la legalidad de las emisoras universitarias la diferenciación que realiza Durán (2011: 5) para denominar la situación de las emisoras de radio, términos que nos serán de especial utilidad a la hora de referirnos a la situación administrativa de las estaciones a lo largo de esta investigación. Se trata de tres conceptos: radio legal, radio ilegal y radio alegal. Las radios legales, según la autora, son aquellas emisoras públicas y privadas con licencia por concesión administrativa. Por otro lado denomina radios ilegales a las emisoras sin licencia que operan como emisoras comerciales, con ánimo de lucro, estaciones también conocidas como radios “piratas”. Por último, las radios alegales son aquellas emisoras sin licencia administrativa, pero sin ánimo lucrativo (Durán, 2011: 5).

De manera acorde con esta división, hablaremos en adelante de emisoras de radio alegales para referirnos a la situación administrativa en la que se encuentran las estaciones de radio universitarias ante la ley española, ya que, basándonos en la exposición anterior, este tipo de emisoras no tiene fin lucrativo, y tampoco están reconocidas legalmente a excepción de la 98.3, la emisora de radio de la Universidad de Navarra, que constituye la única que posee una licencia comercial de todas las estaciones de radio universitarias de España.

Ubicamos por lo tanto las emisoras universitarias en lo que la autora denomina radios alegales, dentro del Tercer Sector, “en un raro estadio, ni apoyadas ni perseguidas, cuyo trato indiferente les ha impedido desarrollarse con todas sus posibilidades” (Durán, 2011: 5). En la misma línea, Ortiz indica que no está claro en la actualidad si las estaciones de radio universitarias

quedan enmarcadas dentro de lo que denominamos como Tercer Sector de la comunicación:

No queda claro si en esta tipología entrarían las emisiones alternativas de carácter universitario o educativo promovidas desde los propios centros educativos. Sin embargo, por analogía en relación a lo que sucede en otros países como Francia -y dado que se trata de una comunicación alternativa, de experimentación, cultural y de claro servicio a los colectivos sociales- parece razonable que estas emisoras sean incluidas como integrantes de las actividades del Tercer Sector de la Comunicación. (Ortiz, 2014)

Calvo indica, en su análisis de la LGCA en relación a las emisoras de radio comunitarias, que “a pesar de su larga trayectoria y su reconocimiento oficial, la inmensa mayoría carece de respaldo legal, motivo por el que se les incluye en el mismo saco que a los medios piratas” (Calvo, 2011: 10).

Durán (2011: 6-8), por su parte, realiza un análisis cronológico del tratamiento legal a estas emisoras desde sus inicios que sintetizamos a continuación:

- La radio comunitaria o cultural, como tipología reconocida de forma legal, aparece por primera vez citada en el Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio, derogado en 1982, donde, además, se impone limitación de su cobertura al ámbito local y se prohíbe la publicidad y el patrocinio. Como característica principal, indica la propia ley que debe tener “altos fines educativos y culturales”.³⁰
- La Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, parcialmente vigente hasta el 1 de mayo de 2010, cita en su artículo 26 los distintos servicios de radiodifusión sonora, por su atribución generalista (“personas físicas o jurídicas”), del cual gracias al segundo adjetivo, podríamos entender que también caben entre sus gestores las fundaciones,

³⁰ Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio, por el que se establece el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1979-14372>

asociaciones y otras entidades o colectivos cívicos, dando lugar a la radio cultural o comunitaria, o Tercer Sector de la Comunicación, por omisión, o por no prohibición expresa.³¹

Es interesante observar cómo se contempla la legalidad de este tipo de estaciones en función de la comunidad autónoma en la que nos encontremos. Para ello realizamos una tabla en la que sintetizamos la regularización de estas emisoras a través de la investigación de Durán (2011: 10-12).

DECRETO	CONTENIDO
El Decreto 240/1986, del País Vasco	Cita a las “emisoras institucionales”, dejando su titularidad en manos de “institucion(es) sin ánimo de lucro” y a las que atribuye el objetivo de la “promoción de la Educación, la Ciencia y la Cultura”. ³²
El Decreto 40/1989, de 13 de marzo, de la Comunidad Valenciana	Cita a “personas físicas o jurídicas sin ánimo de lucro”, estableciendo diferencia entre emisoras comerciales y culturales, también con “fines educativos o culturales”. El Decreto 38/1998, de 31 de marzo, vuelve a referirse a las “emisoras culturales”, reconociendo la tipología, pero limitando su existencia al Plan Técnico Nacional.
El Decreto 121/2004, de 13 de julio, por el que se modifica el Decreto 131/1994, de 14 de noviembre, de Extremadura	Dedica una sección a las “emisoras culturales”, a las que exigen “fines no lucrativos”, y a las que asigna también un “carácter divulgativo, cultural o educativo”.
El Decreto 86/1995, de 7 de septiembre, de las Islas Baleares	Dedica una amplia sección a las “emisoras culturales”, las cuales “no tendrán finalidad lucrativa y sus programas serán siempre educativos y culturales”. En el Decreto 62/1997, de 7 mayo, las “emisoras culturales” pasan a denominarse “emisoras de carácter no lucrativo” y a ellas podrán optar “personas naturales o jurídicas”. Once años más tarde se aprueba el Decreto 36/2008, de 4 de abril, que potencia a la radio cultural y defiende su papel, aunque limita bastante su ámbito de cobertura (“limitado al propio recinto docente (en las educativas o de formación) o, en general, al recinto desde el que se transmite o a su entorno más próximo (para las culturales y demás sin ánimo de lucro)”). Cita a “centros de enseñanza, asociaciones socio-culturales, grupos juveniles y otros entes sin ánimo de lucro”.
El Decreto 17/1995, de 7 de abril, de Murcia	Cita a las emisoras culturales como las otorgadas “a personas jurídicas sin ánimo de lucro, siendo sus programas preferentemente educativos o culturales”, pero el Decreto 47/2002, de 1 de febrero, elimina la referencia “al no existir previsión de disponer de frecuencias para las mismas”

³¹ Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones. (s.f.). Obtenido de http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-28143

³² El nuevo Decreto 231/2011, de 8 de noviembre, sobre la Comunicación Audiovisual del País Vasco no observa cambios sustanciales con respecto a las entidades sin ánimo de lucro en relación al Decreto 240/1986.

El Decreto 57/1997, de 30 de abril, de la Comunidad de Madrid	Expone que las emisoras podrán ser explotadas por “personas físicas o jurídicas sin ánimo de lucro con fines educativos o culturales”, si bien admite que pueden acceder a una frecuencia las radios cuyos contenidos programáticos sean de cualquier tipo, exigiendo únicamente una gestión no lucrativa. Esta norma dedica una sección a las “emisoras culturales y otras de carácter no lucrativo”. En 2003, la Comunidad de Madrid aprueba otro decreto (Decreto 29/2003, de 13 de marzo), que suprime las emisoras culturales y justifica el cierre de las existentes.
El Decreto 12/1998, de 22 de enero, de Castilla y León	Mantiene la citada clasificación y también dedica una sección a las “emisoras culturales” (“y otras de carácter no lucrativo”). A ellas exige que su programación “se componga prioritariamente de emisiones de carácter cultural o educativo”.
El Decreto 59/1998, de 9 de junio, Castilla-La Mancha	Cita las radios “de carácter educativo y cultural”, que podrán ser adjudicadas a “personas o entidades cuya finalidad sea la promoción, sin ánimo de lucro, de la educación, los valores religiosos, la ciencia y la cultura”. Aparece un rasgo novedoso y es la mención explícita de contenidos religiosos. ³³
El Decreto 6/1999, de 1 de septiembre, del Audiovisual de Galicia	No menciona a las radios culturales, pero habla de la creación de un Consorcio Audiovisual de Galicia, en el que podrán participar “entidades privadas sin ánimo de lucro”.
El Decreto 174/2002, de 11 de junio, de Andalucía	Se refiere a las emisoras culturales y una norma posterior lo desarrolla (Orden 24 de septiembre de 2003, de la Consejería de Presidencia). Es el único caso en que hallamos un reglamento específico sobre radios culturales. Un paso muy importante porque evidencia un interés por resolver la situación de las emisoras del Tercer Sector, aunque en la práctica no se ha traducido en concesiones, de modo que la norma ha quedado en papel mojado porque el gobierno no otorgó ninguna concesión.
La Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña	Establece una situación excepcional. En primer lugar, porque el texto legal no es un decreto (acto que emana del poder ejecutivo), sino una ley, que tiene un rango superior a aquél (y es un acto que emana del poder legislativo). Esta norma cita en su Preámbulo la “actividad audiovisual sin ánimo de lucro”, de la que dice que “debe tener también presencia en el espacio público de comunicación”, con lo que no sólo defiende su existencia, sino que obliga a la Administración a garantizar su presencia, atribuyendo al Gobierno autonómico su competencia para “establecer y aplicar medidas de fomento, protección y promoción de la actividad audiovisual sin ánimo de lucro”. La norma cita como posibles titulares a “entidades privadas sin ánimo de lucro”, aunque añade que los servicios de comunicación audiovisual “desarrollados por las universidades que se ajusten a los criterios generales establecidos [...] quedan asimilados a la condición de servicios prestados sin ánimo de lucro”. Se entiende, por tanto, que las instituciones universitarias de carácter público son una excepción y también podrán ser titulares de emisoras culturales.
El Decreto 89/2009, de 23 de junio, de	Habla en su introducción de la “gestión indirecta por personas

³³ La Ley 10/2007, de 29 de marzo, de Medios Audiovisuales de Castilla-La Mancha indica en su artículo 8, sección 1c, que podrán ser titulares de las concesiones de servicio público de radiodifusión sonora tanto las personas físicas y jurídicas como las entidades sin ánimo de lucro de nacionalidad española. Deben tomar forma de S.A y sus acciones serán nominativas, sin que la participación en su capital de personas físicas o jurídicas residentes o nacionales que no sean miembros de la Unión Europea pueda superar el 25% del mismo. No se observa mención a radios comunitarias ni culturales.

Canarias	físicas o jurídicas privadas”, a lo que añade “con la finalidad de difundir cualquier tipo de programa con emisión de publicidad o empleando fórmulas de patrocinio comercial”, por lo que parece referirse únicamente a radios comerciales, interpretación reforzada por la única mención a concesiones de “carácter no lucrativo” en la Disposición Adicional Segunda. Ésta deja la posibilidad de la radio cultural en el aire, con la indefinición de una regulación futura por parte del Gobierno autonómico.
----------	--

Fuente: Elaboración propia acerca de las aportaciones de Durán (2011: 10-12).

Según Durán (2011: 10), hay un dato incongruente en la definición de este tipo de emisoras, puesto que, si bien añade a los “centros de enseñanza” como posibles titulares de “emisoras educativas”, exige que las personas físicas o jurídicas que participen de la gestión o propiedad sean “de carácter privado sin ánimo de lucro”, con lo que se excluye a los centros de educativos públicos, entre ellos, la universidad, igual que lo hace la LGCA.

Además, si nos detenemos en la ley la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, en su artículo 70 *Reserva de espacio público de comunicación*, destacamos los subapartados siguientes:³⁴

2. Los servicios de comunicación audiovisual desarrollados por las universidades que se ajusten a los criterios generales establecidos por el presente artículo quedan asimilados a la condición de servicios prestados sin ánimo de lucro.
3. Forman parte de las actividades sin ánimo de lucro los servicios de comunicación comunitaria que ofrecen contenidos destinados a dar respuesta a las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de las comunidades y los grupos sociales a que dan cobertura, basándose en criterios abiertos, claros y transparentes de acceso, tanto a la emisión como a la producción y a la gestión, y asegurando la participación y el pluralismo máximos.

Como podemos observar, en esta norma se tiene en cuenta la existencia de las radios universitarias contemplándolas expresamente dentro de la misma, lo que no ocurre en las otras comunidades autónomas, como se

³⁴ Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual en Cataluña. (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/boe/dias/2006/02/14/pdfs/A05746-05777.pdf>

observamos en la tabla anterior, además se especifica cuáles son las características que deben cumplir.

Por otra parte, al igual que en Andalucía, se permite el patrocinio como método de financiación a través del subapartado 6 del artículo 70 de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña:

6. La programación de la actividad audiovisual sin ánimo de lucro puede ser patrocinada pero no puede incluir publicidad, salvo la de actividades de economía social y del tercer sector.

Otro punto importante de esta norma se dedica a la reserva del espacio radioeléctrico, que indica en los subapartados 7 y 8 del citado artículo 70 de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña que:

7. La reserva de espacio público de comunicación corresponde:

a) A los planes técnicos, si el espacio radioeléctrico lo permite, de acuerdo con las condiciones y el procedimiento establecidos por reglamento. Esta reserva no puede comportar ninguna contraprestación económica.

b) A los distribuidores de servicios de comunicación audiovisual. Como obligación de servicio público, estos deben reservar un 5% de su oferta a servicios de comunicación sin ánimo de lucro. Esta reserva no puede comportar ninguna contraprestación económica.

8. En la planificación del espectro radioeléctrico debe preverse el establecimiento de servicios de radio y televisión de un ámbito más reducido que las demarcaciones locales, difundidos desde estaciones de baja potencia, para entidades sin ánimo de lucro.

Como aspecto positivo, reseñamos en el apartado 7.b, del artículo 70 de la Ley 22/2005, de la comunicación audiovisual de Cataluña que acabamos de exponer, al menos se estima un porcentaje de la oferta a los servicios de comunicación sin ánimo de lucro, no dejando este aspecto en el aire como ocurre en la LGCA. No obstante, en el apartado 8 se estima que este tipo de servicio debe tener “un ámbito más reducido que las demarcaciones locales”,

lo cual deja a este tipo de estaciones a nuestro juicio en una situación de inferioridad.

Para finalizar este análisis de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, señalaremos que en su artículo 71 se indica que los poderes públicos competentes en materia audiovisual deben

a) Fomentar las iniciativas orientadas al desarrollo de la actividad audiovisual sin ánimo de lucro, especialmente las que contribuyan a la obtención de finalidades de interés general, como por ejemplo la formación y la cultura, mediante el establecimiento de ayudas dirigidas específicamente a este sector, que pueden ser financiadas por tasas sobre el beneficio de la explotación comercial del espacio radioeléctrico.

b) Impulsar las iniciativas orientadas a la constitución de asociaciones de las entidades que desarrollen una actividad audiovisual sin ánimo de lucro y que, en su alcance territorial, sea autonómico o local, pretendan reforzar este sector con el establecimiento de mecanismos de colaboración y de intercambio de experiencias.

Por todo ello, observamos que, una vez más, a diferencia de la LGCA, se contemplan medidas de ayuda para este tipo de medios sin ánimo de lucro, “especialmente las que contribuyan a la obtención de finalidades de interés general, como por ejemplo la formación y la cultura”.

Nos detenemos ahora en la Comunidad Autónoma de Andalucía, puesto que el estudio de caso seleccionado para esta investigación se encuentra ubicado en la provincia de Málaga. Como se ha indicado anteriormente, en Andalucía en el año 2014 existen tres emisoras universitarias: UniRadio Huelva, Radio Universidad.es, también conocida como UAL Radio, perteneciente a la Universidad de Almería y UniRadio Jaén. Todas ellas disfrutan de una licencia de emisión en FM otorgada por la propia comunidad autónoma andaluza.

El motivo por el cual estas emisoras pueden transmitir legalmente mediante FM y otras de diversos puntos de España no pueden hacerlo, es porque para ajustarse a la norma se han concebido como emisoras culturales sin ánimo de lucro. La normativa establece en el Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios, Sección Segunda, Emisoras culturales de carácter no lucrativo, artículo 21, que “tienen la consideración de emisoras culturales aquellas que, por estar su programación compuesta esencialmente de emisiones de carácter divulgativo, cultural, educativo, solidario o similar, no persiguen fines lucrativos.”

Hay que señalar que, según la Orden de 24 de septiembre de 2003, por la que se regula el procedimiento de concesión de emisoras culturales de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se especifica que:

Podrán solicitar la concesión de emisoras culturales, conforme a lo dispuesto en el apartado primero del artículo 2 del Decreto 174/2002, de 11 de junio, los centros de enseñanza, las asociaciones socio-culturales, juveniles u otros entes sin ánimo de lucro, que tengan como actividad principal u objeto social el carácter divulgativo, cultural, solidario o similar.

Podríamos decir entonces que las emisoras de radio universitarias en Andalucía quedan cubiertas por esta Orden, al pertenecer a centros de enseñanza de educación superior, y también en el caso de que se constituyan a través de una asociación cultural.

El artículo 21 del mencionado Decreto 174/2002, de 11 de junio, pone de manifiesto, por otra parte, instrucciones muy concretas en cuanto al tratamiento de la publicidad en la emisora:³⁵

³⁵ Decreto 174/2002 concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los

Estas emisoras no podrán emitir publicidad comercial, si bien podrán ser patrocinadas, para cubrir tan solo sus costes de funcionamiento con arreglo a la normativa vigente, en los términos siguientes:

- a. El contenido y la programación en ningún caso podrán ser influenciados por el patrocinador, de tal forma que desvirtúen los objetivos o el proyecto social que con dicha emisora se pretende.
- b. Podrá identificarse al patrocinador en el transcurso de los programas, siempre que ello se haga de forma esporádica y sin perturbar el desarrollo de la programación.
- c. No deberán contener mensajes publicitarios directos y expesos de compra o contratación de productos o servicios del patrocinador o de un tercero, mediante referencias de promoción concretas a dichos productos o servicios.

Por otro lado, según la Orden de 24 de septiembre de 2003, por la que se regula el procedimiento de concesión de emisoras culturales de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se especifica que:

Podrán solicitar la concesión de emisoras culturales, conforme a lo dispuesto en el apartado primero del artículo 2 del Decreto 174/2002, de 11 de junio, los centros de enseñanza, las asociaciones socio-culturales, juveniles u otros entes sin ánimo de lucro, que tengan como actividad principal u objeto social el carácter divulgativo, cultural, solidario o similar.

Como Vázquez (2012: 110) indica, es por esta razón por la que UniRadio Huelva es totalmente autogestionada, sin ánimo de lucro, siendo su principal financiación patrocinios y subvenciones públicas. De lo que se deduce que este tipo de emisoras tienen acceso a determinadas subvenciones que ayudan a su subsistencia.

concesionarios. BOJA nº 75, Sevilla, 27 de junio 2002. (s.f.). Recuperado el 12 de diciembre de 2014, de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/75/1> y Orden de 24 de septiembre de 2003, por la que se regula el procedimiento de concesión de emisoras culturales de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía. (s.f.). Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/190/d1.pdf>

Por otra parte, teniendo en cuenta el punto de vista de los responsables de las emisoras de radio universitarias andaluzas, según Contreras (2009 citado en Vázquez, 2012: 112):³⁶

Porque sí es verdad que si en Andalucía se reconoce a las emisoras culturales, Madrid, el Ministerio que es quien da las licencias, no las reconoce. Entonces nosotros tenemos un papel de la Junta que nos autoriza a emitir, pero realmente la Junta no tiene la potestad de decirme a mí, "sí, emite". Entonces no se si llamar a esta especie de hipocresía o burocracia, 'absurda'. Nadie va a venir a cerrar una emisora cultural, pero a mí me molesta que me puedan concebir como una emisora pirata porque realmente a mí me ampara la Junta de Andalucía, pero no sé hasta cuándo tampoco, porque a nivel nacional no está contemplado (Vázquez, 2012: 112).

De esta manera se plantea el paradigma de la legalidad de las radios universitarias, o en este caso, la legalidad de las emisoras culturales sin ánimo de lucro, que es la forma que adoptan en Andalucía para poder acceder a una licencia en FM. Destacamos que se prevé la llegada de la Ley de Comunicación Audiovisual de Andalucía en el año 2015, de la cual hemos intentado conseguir el borrador acudiendo a fuentes oficiales aunque no hemos obtenido respuesta. Según Ortiz:

El único punto de luz que se ve en el horizonte son las negociaciones sobre futuras leyes de regulación de las frecuencias de emisión que en algunas Comunidades Autónomas se están llevando a efecto – caso de Andalucía- en las que se detectan una cierta voluntad política de regularizar el funcionamiento del Tercer Sector Radiofónico. (Ortiz, 2014:31)

También es un dato a tener en cuenta la prohibición expresa de la Ley General de la Comunicación Audiovisual del 2010 de emitir contenidos publicitarios, que hace que sea ilegal la opción de tan solo mencionar el nombre los patrocinadores en una emisora sin ánimo de lucro. Se trata de una práctica que está perfectamente contemplada en el Decreto 174/2002, de 11

³⁶ Entrevista personal a Paloma Contreras realizada por Vázquez en el año 2009.

de junio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como en Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, tal y como hemos observado. Por lo tanto nos enfrentamos a una contradicción entre estamentos.

Volviendo al panorama legal español, según Durán (2011: 13), con la Ley General de la Comunicación Audiovisual aprobada en el 2010 se pierde la oportunidad de alcanzar cualquier diferenciación entre emisoras del Tercer Sector de la comunicación, ya que denomina a los medios culturales como “medios comunitarios” y añade en todas las ocasiones el complemento “sin ánimo de lucro”.

En el artículo 32 de la Ley General Audiovisual, dedicado a los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro, se observa al menos, el reconocimiento a la existencia de este tipo de medios, pero se producen varios pasos atrás, en cuanto a la financiación, así como a la titularidad de las mismas.

En la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en su artículo 32 de “Servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro” reza lo siguiente en su apartado primero y sexto:

1. Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial.
6. Las entidades prestadoras de estos servicios deberán justificar la procedencia de sus fondos, así como el desglose de gastos e ingresos, si los hubiere. La autoridad audiovisual establecerá un sistema de evaluación de gestión financiera y un registro específico para el depósito de su memoria

económica. Salvo autorización expresa de la autoridad audiovisual sus gastos de explotación anuales no podrán ser superiores a 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.

En una primera lectura, puede entenderse que se reconoce la existencia de este tipo de medios, lo que resultaría positivo, aunque en materia económica, Durán indica que es en la última parte donde se encuentra el primer paso atrás, condenando este cambio a las emisoras, por la prohibición del uso de patrocinios para sufragar parte de los gastos de gestión, una tipología de financiación admitida en parte de la legislación precedente, y en segundo lugar la limitación y fiscalización de su gestión.

Este cambio condena a las emisoras culturales a una incierta supervivencia, puesto que no sólo se anula la posibilidad de financiarse por fondos diferentes a aportaciones altruistas –individuales o de entidades, pero sin ninguna posibilidad de alusión a su procedencia (lo que frenará contribuciones de organizaciones que antes podían ser recompensadas a través de la promoción de su marca o en términos de imagen corporativa), sino que se limitan sus gastos de explotación y se fiscaliza su gestión. Y ni siquiera se les exime de impuestos sobre emisiones. (Durán, 2011: 13)

Pero Calvo (2011: 8) aporta algo de luz al respecto de la prohibición de emitir publicidad en este tipo de estaciones diciendo que “la Ley prohíbe la emisión de publicidad en medios comunitarios; sin embargo, aún no se han dispuesto mecanismos de control adecuados lo que deja en lugar indeterminado la utilización de contenidos publicitarios para obtener fondos para las asociaciones.”

Extraeríamos de esta afirmación que sería posible el uso de *otros medios publicitarios*, dada la inexistencia de mecanismos de control para el cumplimiento de la ley. Podríamos decir que estaría dentro de la legalidad promocionar un evento mediante la FM de una emisora de radio comunitaria en la que no se mencionaran los patrocinadores, y sin embargo, ubicar en el

propio evento cartelería, y todo tipo de publicidad audiovisual en la que sí se observan expresamente los patrocinadores o en este caso, lo que para la emisora serían “donantes de aportaciones altruistas”. De esta forma podríamos estimular a dichos “donantes” a colaborar con la financiación de la emisora sin sobrepasar los límites legales. Por otra parte, dada la inexistencia de una normativa para la emisión on line, mediante internet sí sería posible continuar utilizando la figura del patrocinio (autorizada en otras normativas).

Por otro lado, en cuanto a la limitación de 50.000 euros en gastos de explotación anuales, Calvo aporta que:

este tope económico, que ningún otro tipo de asociación sin ánimo de lucro sufre, influye directamente en la capacidad de inversión de las asociaciones en la mejora de los contenidos, ya que a pesar de no estar legisladas hasta el momento, sí que deben hacer frente a los mismos gastos que cualquier otra plataforma: gastos de alquiler, agua, luz, materiales, equipos técnicos, sueldo de personal contratado... Además de la consecuente cuota a la SGAE (43 euros/mes) si emiten música o contenidos con derechos de autor. Con el objetivo de evitar este último sobrecoste muchas de las emisoras comunitarias optan por los contenidos bajo licencia copyleftcreative commons. (Calvo, 2011: 8)

Es sabido que las estaciones de radio universitarias españolas se encuentran bajo la cobertura que les brinda formar parte de las instalaciones de la universidad, por lo que en ese sentido, estas emisoras no tienen la necesidad de asumir algunos de los costes que menciona la autora. Cierto es que en algunos casos se opta por el uso de música libre de derechos o directamente se prescinde de este atractivo y socorrido elemento radiofónico, no obstante, es complicada aunque no imposible, la supervivencia de una emisora de radio universitaria a coste cero.

Calvo (2011: 8) indica, por otra parte, que en la mayoría de emisoras comunitarias los ingresos provienen de las cuotas de los socios, patrocinios o fondos recaudados a través de fiestas y conciertos, por lo que el tope

económico impuesto por la ley sólo busca limitar su crecimiento y profesionalización.

El apartado séptimo del artículo 32 obliga a los medios sin ánimo de lucro a hacerse cargo de todos los pagos que se deriven de su actividad:

7. Las entidades titulares de los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro deberán acreditar el pago de cuantos derechos, cánones o tasas, se deriven de su actividad.

Sin embargo, la ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina, como hemos visto anteriormente, contempla ventajas fiscales a las estaciones de esta categoría, y no todo lo contrario, como ocurre en la LGCA española. Por otra parte, a través de este texto podríamos realizar la siguiente lectura, si tal y como plantea la ley audiovisual española una emisora sin ánimo de lucro, cuyo personal está compuesto mayoritariamente por voluntarios, solo puede financiarse a través de donaciones altruistas, si no consigue ingresos suficientes como para sufragar los costes mínimos básicos para sufragarse ¿Cómo podría hacer frente al pago que le exige la Sociedad General de Autores de España (SGAE)? ¿Y si además solicita el pago del mismo canon la Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI)? Desafortunadamente se trata de una situación real que debido a la crisis económica se produce en algunas emisoras universitarias españolas, desamparadas por la ley y sin recursos económicos disponibles para hacer frente a dichas obligaciones.

Por otra parte, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, prevé en su artículo 32 de Servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro, indicaciones sobre la titularidad de las licencias:

2. La Administración General del Estado debe garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

3. La prestación de este tipo de servicios requiere licencia previa. En dicho título se establecerán las condiciones que aseguren su naturaleza sin ánimo de lucro, pudiendo establecerse el uso compartido de un mismo canal así como las condiciones de dicho uso.

4. La adjudicación de la licencia lleva aparejada la concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico disponible para la prestación del servicio. La Administración General del Estado habilitará el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

5. La licencia en ningún caso podrá perder su carácter original de servicio de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro y no podrá ser objeto de transmisión ni arrendamiento.

En relación a los puntos expuestos sobre la disponibilidad del espacio radioeléctrico, la prestación del servicio y la adjudicación de la licencia, Durán indica que:

Se produce, por tanto, una situación de manifiesta desigualdad respecto a las posibilidades de acceso a una licencia y a la consiguiente gestión del medio entre las radios comunitarias y las comerciales. Sí plantea la ley que el Estado “deberá garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios”. Entendemos, por tanto, que se le exige al Gobierno una reserva de frecuencias que podría suavizar la situación de competencia entre unas emisoras y otras, aunque la redacción es ambigua y no concreta aspectos, como porcentajes. Además, la única alusión a la especificación del desarrollo de la ley en el aspecto de medios comunitarios, a través de reglamentos en el plazo máximo de doce meses desde la entrada en vigor de la LGCA, se incluye en la disposición transitoria decimocuarta, pero sólo cita “el procedimiento de concesión de la licencia” y “el marco de actuación”, sin referirse a garantías de frecuencias, lo que se deja en la incertidumbre de un Plan Técnico que lo integre. (Durán, 2011: 14)

Por lo tanto, extraemos que sin licencia no se puede emitir y que la licencia no se puede conseguir debido a la saturación del espectro radioeléctrico, y a una ley ambigua que no especifica la porción de dicho espectro que le corresponde a las emisoras sin ánimo de lucro.

El artículo 32 que acabamos de analizar fue desarrollado posteriormente mediante el Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el Reglamento Técnico de los Servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro, aprobado el 25 de noviembre de 2010, que lejos de esclarecer las cuestiones mencionadas, impone más limitaciones. Según esta norma, se define a los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro como:³⁷

aquellos que prestados por entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo.

De esta forma, ya se indica un primer requisito que es ser una entidad privada y tener la consideración legal de entidad sin ánimo de lucro, lo que deja fuera de la norma a las universidades que como centros públicos quieran acceder a la obtención de una licencia.

Por primera vez se excluye a las entidades públicas, aunque éstas reúnan el requisito clave para acceder a una licencia de este tipo: que no tengan ánimo de lucro. Un aspecto, por otra parte, que ahora se exige doblemente: que la entidad no tenga ánimo de lucro y que la emisora de su titularidad tampoco lo tenga. (Durán, 2011: 16)

La ley insiste en este aspecto, dejando en manos de las comunidades autónomas el otorgamiento de las licencias, indicando que la duración de las mismas será por un plazo de 15 años.

La prestación de este tipo de servicios, que solo puede ser llevada a cabo por entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro, requiere de la previa obtención de licencia previa, otorgada mediante

³⁷ Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el reglamento general de prestación de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro. Comisión Permanente de 25 de noviembre de 2010. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de España.

el procedimiento de concurso público convocado y resuelto por el órgano competente de la Comunidad Autónoma.

La adjudicación de la licencia lleva aparejada la concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico disponible para la prestación del servicio.

Las licencias habilitantes para la prestación de servicios de comunicación audiovisual comunitaria sin ánimo de lucro se otorgarán por un plazo de quince años y los contenidos que se emitan serán siempre en abierto, sin que quepa emitir tipo alguno de comunicación audiovisual comercial.

La redacción de esta ley resulta por lo tanto inadecuada, dando lugar a conclusiones que confirman la exclusión de las entidades públicas con y sin ánimo de lucro de la posibilidad de gestión de emisoras comunitarias, afectando por ende a las universidades públicas.

En el *Capítulo III, Características técnicas del servicio de radiodifusión sonora comunitaria sin ánimo de lucro*, se ubican los requisitos que marca la ley para las emisoras beneficiarias de las licencias, estableciendo los siguientes límites mediante los artículos 9 y 10:

Artículo 9. Zona de servicio. La zona de servicio de las frecuencias asignadas para la prestación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria sin ánimo de lucro no podrá ser superior en ningún caso al término municipal del municipio de que se trate.

En el caso de localidades de más de 100.000 habitantes, la zona de servicio de la radiodifusión sonora comunitaria sin ánimo de lucro no podrá alcanzar una cobertura superior al 20% de la población del municipio.

Artículo 10. Potencia radiada aparente.

1. Las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria sin ánimo de lucro no podrán superar una potencia radiada aparente máxima de 1 W para poblaciones con menos de 100.000 habitantes y de 5 W para poblaciones con más de 100.000 habitantes.

En síntesis, podríamos decir que las estaciones regidas por esta ley serán únicamente de cobertura local, o incluso una cobertura de distrito, si existe una elevada densidad de población en la localidad en la que nos situemos, dejando cerrada la posibilidad de extender el servicio a una población superior.

En la línea de la potencia admitida, y los límites de la misma, resulta conveniente señalar que:

muchas radios comunitarias trabajan con una potencia de entre 250 y 500w, sin embargo, el reglamento establece una potencia de 5w para poblaciones de más de 100.000 habitantes (lo que supone un alcance de 1 km), y 1w para las más pequeñas debido a la saturación del actual espectro de radiofrecuencias, lo cual les permitiría llegar sólo al 20% de la población del término municipal desde el que emitan (Calvo, 2011: 7-8).

En el *Capítulo IV: Características técnicas generales de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro*, se disponen además las limitaciones en cuanto a el emplazamiento de las estaciones transmisoras, indicando el artículo 12.1 que estarán situadas dentro de su zona de servicio, y sólo podrá instalarse una única estación en cada zona de servicio. En el 12.2 se indica que la altura máxima del centro eléctrico de la antena sobre el nivel del suelo no podrá ser superior a 25 metros para poblaciones con menos de 100.000 habitantes o a 75 metros para poblaciones con más de 100.000 habitantes y, en ningún caso, la altura efectiva máxima de la antena podrá superar 150 metros.

Como no podía ser de otra manera, los medios comunitarios sin ánimo de lucro no quedan exentos del pago de la *Tasa por reserva del dominio público radioeléctrico*, tal y como indica el artículo 17 de este mismo capítulo.

Antes hemos comentado que se transfería a las comunidades autónomas la concesión de licencias, para ello hay que contemplar el artículo 18, que indica expresamente que los órganos competentes de las

Comunidades Autónomas solicitarán a la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones la reserva de frecuencias para un servicio concreto de comunicación audiovisual comunitaria sin ánimo de lucro y para un ámbito territorial de cobertura determinado y que no podrán convocar el concurso público para la adjudicación de licencias de comunicación audiovisual comunitaria sin ánimo de lucro sin que la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones haya efectuado la oportuna reserva de frecuencias. Precisamente por ello podríamos decir, que no quedan transferidas a las comunidades autónomas las competencias para otorgar dichas licencias. Debemos indicar que dicha Agencia Estatal de Radiocomunicaciones fue suprimida por el Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de marzo a través de la disposición final sexta, pasando “las funciones y potestades que la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones tenía asignadas se entenderán atribuidas a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información”.³⁸

La interpretación de esta Ley da lugar a reflexiones que indican aspectos positivos, aunque en la mayoría de los casos, en realidad no lo son en absoluto, en lo que se refiere al tratamiento de las emisoras comunitarias:

Esta redacción sería positiva si pudiera interpretarse que el Estado reservará necesariamente un paquete de frecuencias para las radios comunitarias, pero negativa si entendemos que no existe obligación para éste (y ningún apartado de la ley se lo exige) de guardarlas, ni cuándo, ni con qué periodicidad, etcétera. Es decir, que suponiendo que hasta ahora no había impedimento legal expreso y real para que las Comunidades Autónomas otorgaran licencias a emisoras comunitarias (culturales) y que, en todo caso, éstas se amparaban en la inexistencia de reserva por parte del Gobierno para su no concesión, el proyecto de reglamento sí lo prohíbe (Durán, 2011: 15).

³⁸ Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de marzo, por el que se transponen directivas en materia de mercados interiores de electricidad y gas y en materia de comunicaciones electrónicas, y por el que se adoptan medidas para la corrección de las desviaciones por desajustes entre los costes e ingresos de los sectores eléctrico y gasista. Publicado en BOE núm. 78 de 31 de Marzo de 2012.

Por su parte, García (2013: 120-121) aporta, en referencia a la Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), que cuenta desde hace tiempo con un proyecto de reglamento para los servicios de comunicación comunitarios, el Anteproyecto del Reglamento de Servicios de Comunicación Comunitarios, presentado el 25 de noviembre de 2010 en el Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, que finalmente quedó paralizado, ya que la Red de Medios Comunitarios (ReMC) se mostró contraria al contenido de los reglamentos (para ellos se trataba de una reglamentación discriminatoria) y recabó apoyo de distintas organizaciones sociales para presentar alegaciones, optando el gobierno por continuar con el incumplimiento de la reserva del espectro radioeléctrico para el tercer sector que indica la LGCA.

5.3- Soluciones para optar a una licencia de FM en las radios universitarias

Para las emisoras universitarias, la redacción de la ley supone “una situación de crecimiento de nuevo truncada por la LGCA, que aboca a las emisoras universitarias a salir de la alegalidad para caer en la ilegalidad” (Durán, 2011:17). Pese a ello, la autora propone dos soluciones posibles derivadas del análisis legal:

El artículo 32 de la LGCA excluye directamente a las universidades públicas de la posibilidad de acceso a las radios comunitarias. El texto, tal y como está redactado, no permite que puedan optar a una licencia de emisora comunitaria (cultural), salvo que busquen una argucia legal que les permita concurrir al concurso, como la creación de una entidad privada sin ánimo de lucro –una fundación, por ejemplo- promovida por la universidad. Pero esta solución es poco interesante para las universidades, centros de generación de conocimiento y difusión de cultura, puesto que la doctrina reciente fija que, para tener la condición de entidad privada sin ánimo de lucro, la mayoría del capital que la promueve debe ser privado y la mayoría de ingresos anuales han de proceder de entidades no públicas. Así pues, si la mayoría de capital es privado, la Universidad perdería el control sobre la entidad constituida y, por

tanto, sobre la actuación de ésta. Sí podría optar a la licencia una asociación estudiantil constituida en el seno de una universidad. (Durán, 2011: 18)

Por lo tanto, para poder optar a la concesión de una licencia en el caso de las emisoras de radio universitarias, atendiendo a la LGCA existen dos opciones:

- La creación de una entidad privada sin ánimo de lucro, como por ejemplo una fundación, cuyos requisitos deben ser: capital privado y la mayoría de ingresos anuales procedentes de entidades no públicas.
- Una asociación estudiantil constituida en el seno de una universidad.

En consecuencia, en España las universidades privadas sí podrían tener acceso a las radios comunitarias, por lo que indica la LGCA. A continuación realizamos una síntesis de los tres grupos de universidades privadas que debido a sus características pueden hacerlo según Durán (2011: 18-19):

- Las universidades que pertenecen a la Iglesia, se rigen por lo que establece el Concordato y tienen privilegios. El Gobierno las crea formalmente, pero es un mero trámite, dado que queda obligado si existe la petición por parte de la institución eclesiástica. Este grupo podría acceder a una licencia, al no perseguir, en la mayoría de casos, fines lucrativos.
- Los centros de enseñanza superior privados, no tienen ánimo de lucro. Como ejemplo podríamos citar las universidades Abad Oliva, de Cataluña; la Cardenal Herrera, de la Comunidad Valenciana, y el CEU San Pablo, de Madrid, las tres promovidas por la Fundación CEU, que es una entidad privada sin ánimo de lucro.
- Las universidades privadas con ánimo de lucro. Dentro de este no estaría descartado, según la redacción de la ley, las universidades privadas con ánimo de lucro, que podrían participar

a través de su entidad promotora si ésta no tiene ese fin lucrativo. Y otra solución muy fácil de ejecutar sería la creación, por parte de estas universidades, de una fundación sin ánimo de lucro, para lo que la legislación es muy laxa en el caso de las instituciones privadas.

Por otra parte, relacionado directamente con la finalidad de esta investigación, dado que entre los objetivos de muchas de las emisoras de radio universitarias españolas se encuentra el de ofrecer una plataforma de prácticas al alumno, estarían apoyadas por la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.³⁹ Se trata de una función formadora que se enmarca dentro de los propósitos que atribuye a la universidad dicha ley, ya que entiende como entornos educativos a los medios audiovisuales, en general, y la radio universitaria, en particular, contemplándolos como espacios donde los alumnos pueden experimentar aprendizajes que se suman a la formación reglada, en los que adquirir habilidades y valores (Martín y Segura, 2015: 76).

Observado por algunas emisoras como posibilidad, y para concluir este apartado, abordando el panorama legal local, indicaremos que emisoras como la antigua Villaviciosa Radio, hoy rebautizada como Europea Radio, durante años realizó sus emisiones desde la frecuencia de la radio municipal otorgada por el Ayuntamiento de Villaviciosa de Odón, a través del 107.5 (Gallego, 2011: 100). Según Martín (2013: 336-337), esta unión proporciona en el año 2.000 una emisora híbrida, de carácter local universitario, con licencia municipal gestionada por la universidad, periodo que terminó en abril del año 2.008 con el nacimiento de la plataforma de medios UEMCOM perteneciente a la Universidad Europea de Madrid. El autor también indica que la práctica de la subcontratación del servicio, de forma que un ayuntamiento solicita una licencia y posteriormente se la cede a una emisora universitaria, también se

³⁹ Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. (s.f.). Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-24515>

sitúa al margen de la ley 11/1991, de 8 de abril, de Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radio,⁴⁰ hoy ya derogada (Martín, 2013: 198), práctica que también prohíbe la LGCA del 2010, indicando en el artículo 32.5 que la licencia “no podrá ser objeto de transmisión ni arrendamiento”, por lo que hoy en día, no sería una opción legal, aunque sí factible.

En definitiva, la solución a los problemas legales que sufre la radio universitaria en España, así como las radios comunitarias sin ánimo de lucro, debería provenir de la Unión Europea:

tener una situación jurídica oficialmente reconocida es importante para el desarrollo de estos medios. A pesar de ser reconocidos por organismos internacionales y estar legitimados por algunas legislaciones nacionales, lo cierto es que en la práctica siguen viviendo en el limbo legal. Sobre la base de las normas actualmente en vigor, los Estados miembros deberían hacer uso de la posibilidad de definir las obligaciones de transmisión en sus ordenamientos jurídicos para incluir a estos medios. Dichas obligaciones deben ser razonables de acuerdo con los objetivos claramente definidos de interés general. Estos objetivos incluyen, entre otras cosas, libertad de expresión, pluralismo mediático, diversidad cultural y lingüística e inclusión social. (Calvo, 2011: 10)

Con datos de 2011, García (2013: 116-117) afirma que de las 6.582 radios que existen en España, 2.835 son radios sin licencia, y que de éstas, entre 200 y 300 emisoras se corresponden con el perfil de radios libres y comunitarias, emisoras educativas y universitarias y otras de tipo cultural o social de las que indica que al menos un centenar son radios libres y comunitarias; una veintena son radios universitarias; un número oscilante son pequeñas emisoras escolares que por lo general son proyectos de muy pequeña cobertura y de funcionamiento irregular; y por último otras emisoras de difícil cuantificación (de carácter social o cultural, radios en centros penitenciarios, otros no clasificables). De la investigación de García se desprende por otro lado que 2.564 frecuencias públicas fueron destinadas a

⁴⁰ Ley 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora. (s.f.). Obtenido de http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1991-8479

RNE, autonomías y municipios españoles, mientras que de forma estimada, 1.904 frecuencias se destinaron a la radio privada, siendo 1.427 para radios comerciales, 18 no comerciales y 419 en proceso de asignación. Por todo ello, el autor indica que de las frecuencias destinadas a radio privada, la totalidad de a las otorgadas a emisoras no comerciales representa un 0,9% del total de las frecuencias privadas y un 0,4% del total de frecuencias disponibles.

Por todo ello, se hace necesaria una pronta solución, en la que las emisoras pertenecientes al Tercer Sector de la Comunicación ocupen el lugar que por derecho les corresponde. Mientras esto ocurre, existen opiniones optimistas:

Con la aparición de las TIC y la convergencia mediática, este tipo de emisoras han encontrado en la Web y en el teléfono móvil una manera de romper con las barreras de acceso a la FM, que están posibilitando su rápido desarrollo como instrumento de información y participación del Tercer Sector, tanto en Francia como en España. Su presencia en la Red ha permitido globalizar sus contenidos de proximidad (Ortiz, 2014:34).

En suma, podríamos decir que ante una realidad en el que la escucha de la radio puede realizarse a través de un dispositivo móvil conectado a internet, en un momento en el que hay tantos teléfonos móviles como personas, en el que ya es posible navegar por internet en el coche, nos planteamos la posibilidad de que la emisión a través de la FM sea un derecho para este tipo de estaciones, aunque quizá en un par de décadas la escucha de la radio a través de las ondas se convierta en una práctica obsoleta.

6- Modelos de radio universitaria según su gestión

En España, podemos afirmar que hay tantos modelos de radio universitaria como estaciones de radio universitaria existen. En nuestro análisis hemos investigado el funcionamiento de 22 de ellas, y hemos constatado que cada una está planteada en función de la realidad del centro

en el que se encuentra, razón por la que realizar una clasificación en este campo resulta una tarea complicada.

Para el estudio de los modelos de radio universitaria es conveniente acudir a las aportaciones realizadas por Fidalgo (2009). Este investigador propone una clasificación que atiende a la tipología de las mismas, advirtiendo como hemos apuntado anteriormente, que la clasificación es difícil en este campo porque considera que cada emisora tiene una “idiosincrasia diferente”. Por ello, el autor propone su clasificación en función de determinadas características como son la puesta en funcionamiento y el tipo de gestión que se lleva a cabo en las mismas. Para Fidalgo (2009) inicialmente se podría realizar una primera tipificación que resume en siete modelos de los que hemos suprimido los ejemplos aportados por el investigador, por la no coincidencia de los mismos con las descripciones debido a la evolución experimentada por las emisoras desde el 2009 hasta la actualidad. De esta manera, el autor propone que las emisoras de radio universitarias españolas corresponden a alguno de estos perfiles:

1. Universidades que disponen de una emisora de radio gestionada por los alumnos, con apoyo económico de la Universidad, que no cuentan con una Facultad de Comunicación y que permiten que todo miembro de la comunidad universitaria que quiera realizar un programa de radio pueda hacerlo.
2. Universidades con una emisora de radio gestionada por alumnos, con apoyo económico de su Universidad y que sí disponen de Facultad de Comunicación. Dentro de este tipo de emisoras podemos realizar una subdivisión entre las universidades que permiten utilizar la emisora de radio sólo a los alumnos de Comunicación, las que permiten que cualquier alumno pueda formar parte de la emisora o las que subdividen la programación en dos partes una dedicada a los alumnos de Comunicación y otra parte para el resto de estudiantes universitarios.
3. Universidades que disponen de una emisora de comunicación gestionada por un departamento o por una facultad, en la que los alumnos pueden participar; esta tipología puede subdividirse en los mismos tres apartados que la categoría anterior.

4. Universidades que disponen de emisora de radio gestionada por el Gabinete de Prensa o del Rector, con el objeto de hacer llegar a la sociedad la labor desempeñada por esta institución académica. Habitualmente profesionalizada.
5. Universidades que tienen un acuerdo o convenio firmado con el Ayuntamiento de su localidad, con el fin de gestionar desde la institución universitaria la licencia de emisión radiofónica a cambio de realizar una cobertura de todo tipo de noticias y acontecimiento locales.
6. Universidades que explotan una licencia comercial de radio pese a desarrollar una programación cultural y universitaria.
7. Asociaciones de alumnos universitarios que gestionan emisoras de radio, con independencia tanto económica como social de la propia Universidad, pero que permiten la participación de todos los alumnos que lo deseen.

Por su parte, Martín en su estudio de las radios universitarias españolas plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración, realiza aportaciones a esta clasificación realizada por Fidalgo en forma de comentarios y ejemplos actualizados. En cuanto al segundo modelo, el de “emisora de radio gestionada por alumnos, con apoyo económico de su Universidad y que sí disponen de Facultad de Comunicación”, el autor indica como posible prototipo nuestro caso de estudio, en palabras textuales:

Por ejemplo, encontramos el caso de los primeros años de funcionamiento de la radio de la Universidad Rey Juan Carlos o de los movimientos recientes que están realizando el alumnado de la Universidad de Málaga. Difícilmente, y de inicio, recibirán el apoyo económico necesario para poner en marcha el proyecto, aunque la principal ventaja es que cuentan con las instalaciones, que suponen el desembolso económico inicial, más importante. Una vez consolidado el proyecto resulta más sencillo que reciban el beneplácito mediante financiación por parte de los responsables de los órganos de gestión de la institución. (Martín, 2013: 154)

Para el tercero de los modelos aportados por Fidalgo, el de “emisora de comunicación gestionada por un departamento o por una facultad”, Martín actualiza los ejemplos con los casos de la Universidad Camilo José Cela, la

Universidad de Zaragoza, Universidad de Salamanca, Universidad Complutense de Madrid así como así la Universidad Católica de Murcia. En el caso número 4, el de “emisora de radio gestionada por el Gabinete de Prensa o del Rector”, los ejemplos adecuados, aportados por Martín serían los de la Universidad Politécnica de Valencia o el de la Universidad Miguel Hernández. Para lo que Fidalgo indica que son “universidades que tienen un acuerdo o convenio firmado con el Ayuntamiento de su localidad”, Martín indica que una emisora que sí cumpliría con este modelo sería la Universidad Camilo José Cela con el ayuntamiento de Villanueva de la Cañada (Martín, 2013: 155).

El último modelo aportado por Fidalgo se correspondería con la emisora de Radio CUAC en la Universidad de la Coruña, ya que tras ella se ubica una asociación que funciona de forma totalmente independiente de la universidad tanto de forma económica como social, por lo que el autor apunta que, en este caso, se trata más de una radio comunitaria que universitaria (Martín, 2013: 154). Otra estación que cumpliría con estos requisitos sería UniRadio Huelva.

Podríamos deducir aludiendo a la dificultad para clasificar las emisoras de radio universitarias españolas, que algunas de ellas incurrirían dentro de varios puntos de la clasificación, como sería el caso de la radio de la Universidad Camilo José Cela, que según la clasificación de Fidalgo, cabría tanto en el tercer modelo como en el quinto, así como la emisora de radio de la Universidad de Navarra que podríamos ubicar dentro del tercer modelo y del sexto, ya que tiene licencia comercial, pero está gestionada por el Decanato de la Facultad de Comunicación de la misma.

Por otro lado, Vázquez (2012: 75-76), a partir de los estudios de los modelos de programación aportados por Prieto (1996) y Berlín (2000), elabora una clasificación basada en una perspectiva internacional, en la que encontramos modelos de radio universitaria institucional, modelos de radio universitaria comunitaria y un modelo de radio universitaria comercial. Martín

(2013: 150-151) realiza una síntesis de esta clasificación atendiendo en primer lugar a las emisoras de radio universitarias de carácter institucional:

1. Modelo institucional clásico o culto: Perteneciente a universidades públicas que han demostrado a lo largo de los años su utilidad. Cuentan con personal profesional y tecnología suficiente. No tienen asignación presupuestaria clara.
2. Modelo institucional alternativo o científico: Rechaza la forma de las emisoras comerciales. Especial sensibilización artística abriendo espacios a minorías marginadas o ilustradas. Modelo muy apegado al voluntarismo y a la labor social. Muestra en muchas ocasiones falta de recursos y presupuesto.
3. Modelo institucional experimental: Muy relacionada con estudios vinculados al área de la comunicación, lo que le dota de gran participación estudiantil, ya que funcionan como laboratorio de prácticas del que surgen nuevas formas y contenidos, pero sin una meta programática concreta. Suelen tener buenos equipos y buena interacción con la comunidad, pero con poca definición de políticas universitarias.
4. Modelo institucional popular: Modelo próximo a objetivos sociales y culturales, que buscan revertir el orden social establecido. Funcionan de altavoz, para los sin voz.
5. Modelo institucional mimético: Emisoras que muestran modelos programáticos similares a las estaciones convencionales o comerciales, a lo que añaden algo de información institucional, aportando un mínimo componente diferencial.
6. Modelo institucional orgánico: Emisoras con vocación institucional y políticas universitarias que tienen su reflejo en la programación, lo que no las limita a que exista un equilibrio entre los fines institucionales y los sociales, ya que pueden participar colaboradores independientes o grupos sociales en la elaboración de los contenidos. Estas emisoras se encuentran muy normativizadas, y poseen planes estratégicos y objetivos anuales que cumplir.
7. Modelo institucional estratégico: Emisoras que buscan conseguir una posición en el mercado radiofónico de su entorno, lo que les hace plantear programaciones que buscan la rentabilidad audiencia-emisor.

Se basa en un funcionamiento de gestión autónomo, alejado de los mecanismos propios de una institución educativa. Muy presentes las nuevas tecnologías y a la vanguardia de las transformaciones tecnológicas en el campo.

Por otro lado, siguiendo la misma base, Martín (2013: 151) sintetiza la tipología de emisoras universitarias de modelo comunitario propuesta por Vázquez señalando seis categorías en las que incluye un modelo comunitario clásico o culto, un modelo comunitario científico, un modelo comunitario popular, un modelo comunitario mimético, un modelo comunitario experimental y un modelo comunitario estratégico. En el primer modelo, el comunitario clásico, indica que son emisoras trabajadas por personal no especializado que contemplan el medio como una forma de intervención social y de mejora sociocultural. En el segundo, llamado comunitario científico, el objetivo de emisora reside en la divulgación científica de los avances que se consiguen en la universidad. Mediante el modelo comunitario popular, el fin de la estación es reflejar los problemas sociales del entorno denunciando desigualdades, mientras que en el modelo comunitario mimético lo que intenta es copiar el formato de las estaciones comerciales. El modelo comunitario experimental cuenta con la presencia de estudiantes y voluntarios a través de un modelo flexible que en ocasiones da lugar a emisiones irregulares y por último, el modelo comunitario estratégico suele contar con poco personal que realiza una programación mixta con presencia institucional.

Además, Asuaga (2007) hace referencia a una tercera clasificación que queda contemplada también por Vázquez (2013), aludiendo al hecho de que proliferen las radios universitarias latinoamericanas que acuden a la publicidad para poder financiarse:

cuanto más académica es la radio, menor es la audiencia, y por ende, menos recursos pueden captarse provenientes de la publicidad. Esta realidad conlleva a un conflicto de intereses significativo, ya que, por un lado, es deseable un formato comercial, dado que éste proporciona una mejor inserción social y trae aparejado cierto nivel de financiamiento (financiamiento que en algunos casos

extremos condiciona la viabilidad de la radio) pero, por otro lado, si la radio adopta un formato puramente comercial es probable que se aleje de los objetivos básicos contemplados en su misión. El financiamiento de la radio por medio de la publicidad deberá ser, entonces, un punto crucial a la hora de definir el plan estratégico a seguir para alcanzar la misión de este tipo de organizaciones. (Asuaga, 2007)

Este formato es denominado por Vázquez como “comercial estratégico” y entre sus características encontramos la organización mediante modos de producción privados, la total inserción en el mercado de medios y publicidad y la asunción responsabilidades educativas y de servicio público (Vázquez, 2012: 76).

Relacionado con las funciones y objetivos de las estaciones de radio universitarias, Novelli y Hernando (2011: 16-17) establecen que las características comunes en estas emisoras suelen ser: que no pueden vender publicidad, manteniéndose gracias a las aportaciones de las instituciones que las albergan; suelen transmitir información, divulgar conocimiento y promover la extensión social y cultural; que con las pertinentes diferencias entre ellas suelen ofrecer programaciones generalistas y, por último, que muchas de las estaciones universitarias surgen con carencias presupuestarias y limitaciones claras de autonomía en la realización radiofónica. Según los mencionados investigadores, salvo las características señaladas y a pesar de que por definición están abocadas a la difusión de la cultura, las radios universitarias difieren sustancialmente en su programación, las condiciones en que operan, el tipo de audiencia, el contexto social y político, las determinaciones de las autoridades en turno y su propia concepción como radio, a veces desde su creación, hace que cada una de ellas tenga propuestas tan diversas, que es difícil identificarlas como parte de una misma idea o proyecto comunicacional.

Así pues, la radio universitaria tiene la capacidad de ser una herramienta de formación además de experimentación, de manera que puede ser una alternativa a la escucha de las emisoras tradicionales:

Algunos autores fundamentan la razón de ser de las emisoras universitarias y educativas en la necesidad de dotar a los estudiantes e investigadores de un medio de comunicación que sea, simultáneamente, un medio de información y entrenamiento de los futuros comunicadores. Como alternativa comunicativa a las emisoras hertzianas tradicionales, la radio universitaria y educativa es un campo de entrenamiento esencial para experimentar nuevos lenguajes, nuevos contenidos y nuevas formas de producción y participación sonora de la ciudadanía (Ortiz, 2014:31).

En cuanto a los modelos de gestión, de la investigación realizada por Marta-Lazo y Segura (2014: 347-348) entre los meses de marzo y junio del 2013, se desprende que dichas fórmulas se articulan en torno a los siguientes formatos:

- Autogestión por alumnos en función de sus intereses o aficiones.
- Emisoras que ejercen de radio institucional de la universidad a la que pertenecen.
- Diversa gama de modalidades, entre las que también se incluyen aquellas que utilizan el soporte como plataforma para dar visibilidad a los trabajos de los alumnos durante el curso, sin que exista una programación establecida.

La muestra que recogen las investigadoras corresponde con las respuestas obtenidas de 21 responsables de emisoras universitarias españolas, de las 24 emisoras universitarias en activo pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias de España. A la pregunta relacionada con el modo en que se gestiona la emisora, las autoras indican que los resultados recogidos derivan de varios los tipos de respuesta múltiple, de manera que el 50% de los responsables encuestados asegura que en sus emisoras los alumnos son autónomos a la hora de decidir los contenidos, frente a un 20% de los casos, en los que son supervisados por la universidad

y otros tantos, que dependen directamente del gabinete de comunicación. Por otra parte, las autoras destacan que en un elevado porcentaje, alumnos y profesores ejercen como editores de los contenidos y que, en una de cada cuatro emisoras universitarias, trabajan profesionales de la radio. De esta forma obtienen que en un 20% de los casos la universidad supervisa los contenidos, en el 40% de los casos son algunos de los profesores quienes ejercen de editores, en el 40% de los casos son algunos alumnos los que ejercen de editores, en el 50% de los casos cada alumno responsable es autónomo a la hora de decidir los contenidos, en el 25% de los casos trabajan en la emisora profesionales de radio y en el 20% de los casos se realiza desde el gabinete de comunicación de la universidad (Marta-Lazo y Segura, 2014: 347-348).

Una vez más observamos la dificultad que existe para sintetizar cuál es la manera de trabajar en las emisoras de radio universitarias, ya que incluso se procede de distinta manera en función de los diferentes espacios que componen una misma parrilla.

Para Martín (2013: 152-153), la forma de agrupar los diferentes tipos de radio universitaria existentes en España está compuesta a grandes rasgos en tres categorías que elabora a partir de las aportaciones de Ugarte (2005), Fidalgo (2006) y Sánchez D. (2005), son las siguientes:

- Modelo institucional: Según el autor, en este tipo de organización, la coordinación de la emisora corre solamente a cargo de profesionales, vinculados de forma directa a la institución, que pueden ser algún profesor del área encargado, miembros del gabinete de comunicación o incluso miembros del personal de administración y servicios vinculados de forma directa al vicerrectorado o al órgano de gobierno sobre el que recae la responsabilidad de la comunicación y la coordinación institucional. Indica que la programación en este caso es de marcado carácter institucional, y en el caso de que la universidad albergue estudios vinculados con la rama de las Ciencias de la

Comunicación, lo normal es que se cuente para la elaboración de contenidos que completen la parrilla de programación con la ayuda de los alumnos, previa coordinación del profesorado. En palabras de Ugarte (2005), se cumple una doble función: convertirse en una plataforma para complementar la formación del estudiante mediante una capacitación real en un escenario de trabajo que le ayudará a dar el salto al mundo laboral, y por otro lado, se trata de un complemento ideal para vertebrar la comunicación interna de la institución y mejorar la externa. Como ejemplo de este modelo se cita la Vox UJI Radio, la emisora de la Universitat Jaume I en Castellón.

Para Martín (2013:152), es importante gestionar este modelo de una manera muy concreta, ya que la radio universitaria, puede llegar a jugar un papel muy importante en la imagen y la comunicación de la propia universidad, por lo que recomienda que la gestión y funcionamiento de la radio esté coordinada con el departamento o servicio encargado de la gestión de la imagen institucional, de manera que se centralicen todas las acciones de comunicación de la misma.

- Modelo voluntarista: el papel principal corresponde al alumnado y los estudiantes actúan con total independencia mediante una forma de funcionar que suele ser a través de la creación de asociaciones, con una operatividad asamblearia. En palabras de Fidalgo (2006), la ventaja de contar con un colectivo de personas dispuestas a colaborar puede tener el inconveniente de no disponer de recursos económicos para el adecuado funcionamiento de la emisora. Además, el hecho de que su actividad se lleve a cabo fuera de la acción de los encargados y responsables en materia de imagen y comunicación interna y externa de la universidad correspondiente, puede hacer difícil la supervivencia de la estación. Como ejemplo de ello cita el caso de Radio Kampus en el campus de Ourense (Universidad de Vigo), o el del primer intento de

radio de la Universidad Rey Juan Carlos, proyectos que no llegaron a buen puerto debido a la inexistencia de apoyo institucional.

Indica Martín que, según Sánchez (2005) y Fidalgo (2006), estos modelos funcionan muy bien, si cuentan con el apoyo de la institución, citando el caso de los primeros años de rodaje de la Radio Universitaria de León, que funcionaba de forma independiente a través de una asociación, aunque apunta como problema principal que cualquier cambio de gobierno puede afectar de forma muy negativa al desarrollo de la estación, como sucedió en esa emisora. Por otra parte se cita el caso de UniRadio Huelva, una asociación que presenta una total autogestión, con un mínimo de respaldo por parte del equipo rectoral.

- Modelo mixto: se caracteriza por combinar cierto grado de gestión y organización institucional con la participación tanto en las labores de programación como de realización del alumnado, la comunidad universitaria, y colaboradores externos como ONGs, colectivos sociales o ciudadanos independientes. Estos colectivos, aprecian en este tipo de emisoras la posibilidad de obtener un canal de difusión y expresión alternativo al que no encuentran en las emisoras de corte convencional complementando así la labor de servicio público que deben ejercer este tipo de estaciones.

Martín (2013: 153) explica que el modelo mixto resulta ideal para el funcionamiento de una emisora universitaria y el que mejor funciona, ya que por un lado, reúne más voces alrededor de los micrófonos, lo que beneficia a la emisora, y por otro, alcanza un equilibrio que permite una gestión coherente con la estrategia corporativa de la universidad. Según el autor es importante tener en cuenta en este tipo de estaciones un margen para el libre desarrollo de proyectos individuales, de vital importancia para completar una parrilla de calidad.

Por otra parte, Vázquez (2012: 102), a partir de la contribución de Fidalgo (2009) y añadiendo aportaciones propias realiza una clasificación de los tipos de radios que existen en el panorama radiofónico universitario español en el 2013.

Nosotros hemos reelaborado la propuesta de Vázquez con datos actualizados a través de las aportaciones de Martín (2013) y Fidalgo (2013) expuestas en páginas anteriores, por lo que a nuestro juicio el horizonte actual de los modelos de gestión de las emisoras universitarias quedaría de la siguiente forma:

MODELO	SUB-CATEGORÍAS	CARACTERÍSTICAS	UNIVERSIDAD/EMISORA
Gestión independiente mediante	Alumnos o consejo de estudiantes	Apoyo económico de la universidad Participa la comunidad universitaria	U. de León U. Alcalá de Henares
	Asociaciones de alumnos universitarios	Con independencia tanto económica como social de la propia universidad. Permite la participación de todos los alumnos que lo deseen	U. de La Coruña
	Asociación civil	Con independencia social y económica de la universidad pero con apoyo de la misma. Participa la comunidad universitaria y colaboradores externos	U. Huelva
		Con apoyo económico de la universidad. Participa la comunidad universitaria y colaboradores externos	U. de Jaén
Gestión dependiente de la universidad mediante	Departamento o una facultad	Participa la comunidad universitaria. Participación mayoritaria de alumnos para realizar prácticas y proyectos	U. Extremadura U. San Jorge U. CEU Cardenal Herrera U. Europea de Madrid
		Escasa o nula participación de la comunidad universitaria. Participación mayoritaria de alumnos para realizar prácticas y proyectos	U. Complutense U. Valladolid U. Católica de Murcia U. Pompeu Fabra U. CEU San Pablo
		Con licencia comercial, sin publicidad. Participa la comunidad universitaria. Participación mayoritaria de alumnos para realizar prácticas y proyectos	U. Navarra
	Gabinete de Prensa o Rectorado	Profesionalizada No participan estudiantes	UNED
		Participa la comunidad universitaria y	U. Jaime I

		colaboradores externos	U. Almería U. Extremadura R ⁴¹ . U. Politécnica Valencia U. Valencia U. Zaragoza
		Participación mayoritaria de alumnos para realizar prácticas y proyectos	U. Rey Juan Carlos
	Un vicerrectorado	Participa la comunidad universitaria y colaboradores externos	U. Miguel Hernández U. de Salamanca U. La Laguna U. de Jaén. R ⁴²

Fuente: Elaboración propia, basada en aportaciones de Fidalgo (2009), Vázquez (2012) y Martín (2013).

Como podemos observar en la tabla, realizamos una división en la que se contempla qué estamento gestiona la emisora y quién participa en ella a grandes rasgos, teniendo en cuenta que la comunidad universitaria está compuesta por personas que de un modo u otro pertenecen a la misma, contando así con alumnos, docentes y personal de administración y servicios. Cuando hablamos de colaboradores externos nos referimos a las personas que no tienen vínculo oficial con la misma, pero colaboran en la estación, como puede ser el caso de miembros de asociaciones, ONGs, o personas independientes que acuden a la emisora a colaborar con cierta continuidad.

Tal y como indican Fidalgo (2009) y Martín (2013), independientemente de la forma de gestión que se promueva en la estación universitaria, resulta imprescindible contar con el apoyo de la universidad para asegurar la continuidad de la misma. Ejemplos de ello podrían ser las emisoras de la Universidad de Alcalá de Henares, que pese a ser gestionada de forma independiente, recibe ayuda puntual del Vicerrectorado de Comunicación, o el caso de la Universidad de Huelva que desde comienzos del 2015 ya no aporta recursos para la manutención de la emisora, pero tiene a bien mantener una radio universitaria mientras que no le suponga un coste económico.

⁴¹ La “R” significa “repetición en otra categoría”. Esto se debe a que algunas universidades realizan la gestión de sus emisoras a partes iguales por varios estamentos, motivo por el cual debemos ubicarlas en varias categorías.

⁴² *Ídem.*

6.1- Modelo de radio local profesional de referencia: Cadena SER Málaga

Es importante para este estudio conocer el funcionamiento de las estaciones de radio comerciales o profesionales que se ubican en el entorno radiofónico actual. Hemos tomando esta línea de investigación de la propuesta de Martín (2013: 568) a través su tesis doctoral, mediante el apartado dedicado a las futuras líneas de análisis sobre la materia de radio universitaria. Indica el autor que la ampliación del espectro abordando un estudio que hiciera partícipes a otros estamentos vinculados al fenómeno radiofónico universitario, como son los profesionales de los medios de comunicación de la localidad en la que se encuentra la emisora universitaria, constituiría una aportación interesante, que no se ha realizado hasta el momento.

Debido a que nuestro estudio de caso se sitúa en la provincia de Málaga, hemos seleccionado como emisora de radio comercial profesional de referencia a una de las más modernas que existen en la actualidad en España. Se trata de la Cadena SER Málaga, que cuenta una tecnología y equipamiento tan avanzado que se distingue como un ejemplo para otras emisoras que pretenden llevar a cabo la modernización de sus instalaciones.

Para la realización del estudio, hemos elaborado un cuestionario similar al planteado a los directores/coordinadores de emisoras universitarias, con el objetivo de establecer una comparativa de resultados. Con la intención de extraer la información, acudimos al Director de Contenidos de la Cadena SER Málaga José Manuel Atencia, considerando que se trata de una fuente apropiada por tratarse de un periodista de prestigio con una dilatada trayectoria profesional en el medio. A través de esta entrevista hemos obtenido un mapa del modelo de trabajo que se utiliza en una emisora local profesional en la que no hay escasez de medios técnicos ni de personal. Los datos recabados a través de esta entrevista son muy importantes a nuestro entender para nuestro objeto de estudio, pues se pretende proponer una forma de trabajo en una emisora universitaria, por lo que es necesario

conocer de forma detallada cómo se organiza una estación profesional, información que servirá como referencia en esta investigación.

Las categorías utilizadas en el cuestionario son las siguientes:

- 1) Ficha técnica: mediante las preguntas planteadas pretendemos obtener información sobre la emisora, manteniendo la misma estructura utilizada en los cuestionarios efectuados a los responsables de las radios universitarias que hemos realizado para esta investigación. De esta forma analizamos la relación de esta emisora comercial en el ámbito social, consultando su relación con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro. Por otro lado, es interesante observar qué tipo de cuñas se lanzan en la emisora así como cuáles serían las funciones de la misma, un apartado muy interesante que aporta datos que podrían llevar a conclusiones sobre la competencia o no competencia entre una estación de radio universitaria y una comercial-profesional.
- 2) Organización de la emisora: como hemos apuntado anteriormente, es importante conocer cómo se estructura una emisora comercial de referencia para establecer comparaciones sobre la materia en una estación universitaria. Consultamos también la existencia de colaboradores externos, una figura muy utilizada en la mayoría de las estaciones de radio españolas, así como preguntas sobre cuándo y cómo se realiza la solicitud y selección de becarios, a qué titulaciones pertenecen, cuántas plazas se ofertan desde la estación, y cuál es el plan de trabajo diario de la emisora.
- 3) Formación de estudiantes en la emisora: en este apartado obtenemos información sobre cómo se forman los becarios en una emisora comercial, en este caso, en la Cadena SER de Málaga. Por otro lado, nos interesa la opinión del entrevistado acerca de la preparación de los alumnos que realizan las

prácticas en la empresa, así como cuáles son las principales carencias que observa.

- 4) Estructura técnica de la emisora: debido a que se trata de una estación que conecta con la matriz a determinadas horas del día, resulta necesario realizar cuestiones como frecuencias utilizadas, emisión on line, *podcast*, plataforma o *software* de gestión de contenidos, sistema operativo, *software* para la realización de diferentes tareas, así como espacios y puestos de trabajo disponibles para ejecutarlas.
- 5) Programación de la emisora: al igual que en el resto del cuestionario, intentando mantener una estructura similar a la utilizada en los cuestionarios dirigidos a los responsables de las estaciones de radio universitaria, formulamos cuestiones acerca de programación, divulgación científica y derechos de autor.
- 6) Audiencia: la obtención de esta información es útil para averiguar la envergadura local que puede alcanzar un medio de éxito como es la Cadena SER, además de encontrar respuestas sobre la escucha de la radio en los jóvenes malagueños, al tratarse de una emisora generalista, tradicionalmente escuchada de forma mayoritaria por personas en edad adulta.
- 7) Código deontológico y libro de estilo: estas preguntas aunque puedan parecer obvias, no lo son, porque, no es un procedimiento generalizado el asegurarse de que una persona que se incorpora a la emisora, tenga conocimiento de que existen dichos documentos y de que debería leerlos para que su trabajo en la misma quede acorde a lo dispuesto en los mismos. Es por ello por lo que se realizan cuestiones sobre temas que no se puedan tratar, línea editorial, o normas de funcionamiento interno.
- 8) Opinión personal: En este apartado realizamos preguntas concretas sobre la necesidad de una emisora universitaria en Málaga, qué características debería poseer dicha estación, y si podría llegar a ser una amenaza para las emisoras locales de

carácter comercial, cuestiones que, tratándose de un entrevistado que cuenta con una amplia experiencia en radio, perfecto conocedor del panorama radiofónico local, son de mucha utilidad para esta investigación.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA													
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA													
	PREGUNTAS	RESPUESTAS											
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado. Antigüedad en la empresa	José Manuel Atencia. Director de Contenidos de la Cadena SER Málaga. Antigüedad en la empresa: desde 1989.											
	Nombre emisora	Cadena SER Málaga											
	Año de creación de la emisora en Málaga	1984											
	Responsabilidad social: ¿La emisora Colabora con ONGs o Asociaciones sin ánimo de lucro?	No.											
		Sí. ¿Cuál/es? Dando difusión a los temas que nos plantean. Por situarnos, en los últimos años, una de las asociaciones con las que más hemos colaborado es con los Bancos de Alimentos de Málaga. En esta situación de crisis hemos apoyado prácticamente todas las iniciativas que han hecho, hemos hecho programas en supermercados, solo y exclusivamente para estar allí con ellos en los bancos de alimentos en sus campañas de recogida, y desde el propio edificio donde el Banco de Alimentos tiene sus almacenes. Una de las condiciones que debe tener una emisora de radio, un medio de comunicación, aparte de informar y de entretener, en el caso de una emisora de radio, es involucrarse con el tejido social de la ciudad. Todo ello tiene que servir para ensalzar aquello que sea bueno para la ciudad, censurar todo aquello que se crea que no es beneficioso y estar en los momentos más difíciles para la gente. En esta crisis económica hemos colaborado mucho con todas aquellas ONGs que hayan tenido entre sus objetivos echar una mano a la gente que lo estaba pasando mal. En el caso por ejemplo de BancoSol sus campañas para recoger alimentos, publicitamos gratuitamente aquí en la Cadena SER mediante cuñas.											
	Tipo de cuñas. Marcar con una x	<table border="1"> <tr> <td>Promos propias</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Patrocinio</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Institucionales</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Sociales</td> <td>x</td> </tr> </table>	Promos propias	x	Patrocinio	x	Institucionales	x	Sociales	x	Nos referimos a institucionales como publicidad institucional que contrata alguien.		
	Promos propias	x											
Patrocinio	x												
Institucionales	x												
Sociales	x												
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	<table border="1"> <tr> <td>Institucional</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Formativa</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Informativa</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Entretenimiento</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Social</td> <td>3</td> </tr> </table>	Institucional	5	Formativa	4	Informativa	1	Entretenimiento	2	Social	3		
Institucional	5												
Formativa	4												
Informativa	1												
Entretenimiento	2												
Social	3												

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual.</p> <p>Ejemplo:</p> <p>Departamento Comercial 2 directores 14 ejecutivos comerciales</p> <p>Departamento Redacción</p> <p>Director de Contenidos 1</p> <p>Programas 2 redactores</p> <p>Informativos 3 redactores</p> <p>Departamento Técnico Realizadores 2</p> <p>Técnicos e informáticos 2</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Tenemos un director general y dos grandes áreas o departamentos con sus directores:</p> <p>-Departamento de Contenidos</p> <p>Director de Contenidos: área responsable de antena y programación. Incluye: magazine, informativo, deporte y programación de contenidos especiales.</p> <p>Dentro de este área hay otras dos:</p> <p>Un área de programas: 2 personas</p> <p>Un área de redacción de informativos: 5 personas</p> <p>Un área de deportes: 2 personas</p> <p>Procuramos que estén lo más cohesionadas posible. La programación es responsabilidad de todos.</p> <p>-Departamento Técnico: Técnicos de baja frecuencia a: 2 que están en el estudio (Hacen posible que salga a antena) Técnico de alta frecuencia: 2 personas. Con la radio digital, los técnicos de lata se han convertido en especialistas informáticos. (Son los encargados de que la señal salga de Málaga, llegue a su centro emisor y se distribuya)</p> <p>-Departamento Comercial: Publicidad.</p> <p>Director Comercial</p> <p>2 Jefes de ventas: Cada uno con su grupo de comerciales, en torno a 10 comerciales por jefe.</p> <p>- Departamento administrativo: formado por 2 personas.</p>
	<p>¿Existen colaboradores? ¿Son colaboradores remunerados?</p>	<p>Ahora mismo en la emisora no hay nadie trabajando en una situación de colaboración que no esté remunerado. Tampoco hay ningún colaborador fijo. Hay colaboradores por programas, por ejemplo para colaboraciones concretas como la de carnaval, cuando llegue Semana Santa contrataremos a una serie de colaboradores que suelen ser los mismos todos los años y se les paga.</p>
	<p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p>	<p>Desde hace mucho tiempo los becarios acceden a través de acuerdos con las universidades. En el caso de la SER, como es una emisora de ámbito nacional, tiene prácticamente acuerdos con todas las universidades de España. Aunque nosotros hagamos nuestra petición de prácticas específicas en Málaga no descartamos que alguien de otro punto de España solicite, por lo que sea, realizar las prácticas aquí. La solicita a través de la convocatoria nacional, y si nosotros tenemos hueco, realiza las prácticas en Málaga. Lo normal es que nosotros prácticamente cubramos el cupo con estudiantes de la Universidad de Málaga. La convocatoria la hacemos en Mayo. En el convenio que tenemos con la universidad se establecen una serie de criterios. Nosotros hacemos la oferta, la universidad recoge las solicitudes, y es la propia universidad la que analiza que todos los que han solicitado la beca cumplen las condiciones del convenio que nosotros tenemos con ellos. Nos envían el listado de todos los que lo cumplen y nosotros hacemos una selección de acuerdo a ese listado.</p>

¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Al final siempre tenemos un grave problema de premura de tiempo, a veces los alumnos no saben cuáles son los requisitos que necesitamos hasta que el curso está muy avanzado. Tenemos relativamente poco tiempo, pero hacemos una práctica de audio, una práctica de conocimientos medianamente elementales sobre la actualidad de la provincia donde van a trabajar, y hacemos normalmente una entrevista personal. En la mayoría de los casos la entrevista personal tiene bastante peso.
¿Cuántos becarios pasan por la estación anualmente?	Solicitamos 5-6 becarios teniendo en cuenta que tenemos también una delegación en Marbella y otra en Vélez Málaga. Normalmente 3 o 4 de los becarios se quedan aquí en la capital y otro va a Vélez Málaga.
¿Cuántos son de Comunicación Audiovisual? ¿Y de Periodismo?	Mayoría de periodismo.
¿Existe preferencia por alumnos becados de alguna titulación en concreto? ¿Realizan tareas distintas dependiendo de la titulación que procedan?	Nosotros solicitamos esencialmente becas para periodistas. Es cierto que hay años en los que alguna de las pecas son también para alumnos de Comunicación Audiovisual, lo que pasa es que, desde que ya no tenemos televisión, en el caso de Comunicación Audiovisual, seleccionaríamos a alguien a quien le guste mucho la realización y la parte técnica de la radio. Nosotros no tenemos un perfil tan claro para alguien que estudia audiovisual. Debe ser alguien de audiovisual a que le guste mucho el sonido, que tenga conocimientos técnicos digitales etcétera. El perfil que nosotros necesitamos es el del periodista.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza? ¿Cómo sería un día normal en la estación?	<p>Normalmente hacemos una reunión la tarde noche antes, vemos todo lo que está previsto en la agenda para el día siguiente, seleccionamos las cosas a las que creemos que tenemos que ir, que son siempre muchísimas más que a las que podemos acudir, y analizamos los temas que vamos a tener propios.</p> <p>Primamos sobremanera los temas propios a cualquier otra cosa, casi todo a lo que se va a ir hay agencias que te lo van a traer, y si yo tengo que dedicar a una persona que trabaja un tema que sea sólo nuestro, o que vaya a un sitio que está anunciado por la agencia, primamos lo primero. Eso es en cuanto a los contenidos que vamos a emitir en el informativo.</p> <p>En cuanto al <i>Hoy por hoy</i>, también hacemos una puesta informativa, intentamos cada día empezar el magazine con un tema que sea propio y en la medida de lo posible, que también sea un tema que nosotros lancemos, por lo que a veces puede coincidir que el tema en el que estamos trabajando para el informativo y lo lanzamos también a través del <i>Hoy por hoy</i>. Hacemos el diseño de las cosas que vamos a tener al día siguiente y vamos planificando también en la mayoría de las veces días posteriores. La idea es que con los recursos que tenemos, intentar aprovecharlos al máximo y potenciar sobremanera las informaciones que podamos sacar nosotros.</p>

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA	¿Se realiza algún plan de formación inicial cuando los becarios se incorporan a la emisora?	Seminario		
		Taller		
		Curso		
		Otro	x	Durante mucho tiempo optamos por hacerles una entrada ligera. Poco a poco le íbamos enseñando los equipos, los poníamos a escribir prácticamente sin salir a la calle, pero hace algunos años optamos porque los

			<p>estudiantes se incorporaran casi al barro de inmediato. Nosotros les enseñamos a utilizar los medios técnicos, pero los sacamos a la calle prácticamente desde el inicio porque queremos que sepan. Al principio no cubren informaciones de relevancia, pero entendemos que son alumnos que tienen mucha teoría y poca práctica, por ello no queremos hacerles venir aquí y ponerles a hacer un tiempo de teoría.</p> <p>Lo que intentamos entonces es ir enseñándoles, pero con ellos de protagonistas, vamos a los sitios, le explicamos cómo hay que hacerlo y conseguimos un proceso de aprendizaje prácticamente sobre la marcha. Vamos dejando que ellos vayan haciendo cosas mientras que nosotros estamos encima. Salen desde el primer día a la calle, les mandamos a sitios que a lo mejor ni siquiera se van a sacar en antena, pero creemos que es la mejor manera para enseñarles. En antena a veces tardan más en salir, otras veces salen primero grabados, si al principio están muy verdes y no lo hacen bien, no los vamos sacando hasta que llevan un tiempo, pero optamos desde el principio porque lo que empiecen a hacer casi todo.</p>
¿Cree que terminan los estudios de Ciencias de la Comunicación en Málaga, lo suficientemente formados como para trabajar en una emisora comercial?	<p>Para trabajar en una emisora de radio o en un medio de comunicación los alumnos tienen un grave problema práctico. Tienen conocimiento pero tienen escasa formación práctica. Siempre que vienen aquí los alumnos a hacer la beca, tienen la oportunidad de trabajar en un sitio en el que desde el minuto cero van a salir a la calle y se van a encontrar con que van a una rueda de prensa que dura una hora y media y yo les voy a pedir que me cuenten lo que se ha dicho en esa rueda de prensa en un minuto con una grabación y ese es el primer problema que tienen los alumnos. Eso no es fácil y se tiene que aprender.</p> <p>Por otro lado están poco leídos, me llama mucho la atención que sean poco lectores de prensa los estudiantes de periodismo. También son poco lectores de prensa comparada, un estudiante de periodismo debe intentar todos los días leer varios periódicos porque se lleva un análisis muy perfecto de cómo una noticia es tratada tan distinta mente en cada medio de comunicación y esas cosas un periodista tiene que saberlas. Ese es el contra, a favor tienen otras cosas, casi todos los periodistas ahora mismo son multidisciplinares y también polivalentes. Se trata de una generación de gente formada estupendamente bien en todo lo que tiene que ver con digital. Como yo soy de los convencidos de que esto va por ahí, pues tienen una ventaja con los que estudiamos hace mucho tiempo.</p>		
A su juicio ¿Los alumnos que realizan su beca en la radio obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	No tengo duda, pero no en la radio sino en cualquier sitio que lo hagan. Están tres meses trabajando en una emisora con profesionales que llevan mucho tiempo, saliendo a la calle y viendo cómo se hacen las cosas, por supuesto. En cualquier medio de comunicación una de las primeras cosas que se va a mirar a la hora de hacer su selección es si ha hecho prácticas anteriormente en otros sitios.		
¿Saben los becarios desenvolverse en la emisora? ¿Saben ejecutar las tareas que se les asignan?	Hay de todo. Yo siempre les digo que es una facultad de periodismo que lanza 300 alumnos cada año con la posibilidad de hacer las prácticas en una emisora como la SER, o en un periódico como el Diario Sur, la tienen 3 ó 5 personas en el caso de la SER, 10 personas en el caso del Diario Sur, es una		

	oportunidad única y tienen dos opciones: hacerlo muy bien y ganarse esa oportunidad o hacerlo muy mal de manera que no tendrán otra. Hay gente que llega muy consciente sabiendo que tiene una oportunidad enorme y la aprovecha, y hay otras personas que igual es consciente de que tiene una buena oportunidad pero que no la aprovecha tan bien. En líneas generales, yo creo que un chico que viene hacer prácticas en la emisora de máxima audiencia de España y tecnológicamente más avanzada, con toda la tecnología que se va a encontrar en un futuro para trabajar, y con un equipo de gente con una media de edad de trabajo de 10 a 12 años de periodistas, es una oportunidad que saben aprovechar.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una x		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?		Otros ¿Cuáles?
	x	Necesitan sobre todo redacción y locución, los estudiantes de ahora controlan la técnica muy rápido.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí, sin duda.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí	¿Cómo?
	No	Nosotros no, salvo en el caso de las becas de FP. En ese caso llegan como técnicos de audiovisuales, a ellos sí los evaluamos nosotros y los tutores de ellos. La evaluación se basa en la entrevista entre los tutores asignados: el nuestro y el del instituto.
¿Se reconoce de alguna forma la participación de alumnos de C. Comunicación?	Créditos ECTS	x
	Certificado	x
	Nota numérica	
	No.	

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA		
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA		
ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA	Tipo de emisión local. Marcar con una x	<p>Ondas FM</p> <p>¿Dial?</p> <p>¿Segunda frecuencia?</p> <p>¿Directo o diferido?</p> <p>Primera frecuencia: 100.4 FM</p> <p>Segunda frecuencia: 102.4 FM</p> <p>Todo directo, en la segunda frecuencia se emite lo mismo que en la primera, pero los acontecimientos importantes de la ciudad se emiten por la segunda frecuencia. Ejemplo: partidos del Málaga, Semana Santa, Carnavales, etc. Siempre procurando no competir con lo que se emite en la primera frecuencia.</p>
		<p>On line</p> <p>¿Emisión en directo o diferido?</p> <p>Se emite lo mismo que por la 100.4 FM. Pero alternamos el contenido cuando se da el caso de que por algún tipo de acontecimiento no podemos emitir algo por la otra frecuencia. A veces usamos para ello el <i>streaming</i>.</p>
		<p>Podcast</p> <p>Si, en la propia web.</p> <p>Intentamos además en la web, que las informaciones aparezcan también los sonidos, es decir, el contenido de la entrevista.</p>
	Horario de emisión local. Marcar con una x	<p>24 horas al día</p> <p>X horas al día</p> <p>¿Cuántas?</p> <p>Ahora tenemos dos informativos por la mañana que son las desconexiones locales, después el <i>Hoy por hoy</i> que se emite de 12:20 a 14:00, el</p>

		<p><i>Ser deportivos</i> local que es de 15:00 a 16:00 y un nuevo informativo a las 20:50. Luego todos los informativos regionales y nacionales contienen una enorme participación de Málaga y hay programas regionales que se hacen desde Málaga como <i>SER Viajeros</i>. Los informativos de fin de semana para Andalucía se hacen desde Sevilla y Málaga.</p> <p>Redondeando saldrían unas 4 horas diarias de programación.</p>
Si transmite en FM: ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?		Los equipos de transmisión los lleva una empresa a parte.
¿La emisora tiene página web local?		http://cadenaser.com/emisora/ser_malaga
¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál? Ejemplo Joomla!, WordPress, etc.		Propio de PRISA: <i>SER Editores</i> , se comparte con El País.
Si emite vía web: ¿Cuál es el servidor? Ejemplo: ICE CAST, Soud Cloud o propio		Propio de PRISA
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?		Sí, al descargarla permite seleccionar provincia.
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad? Ejemplo: Zara Radio, GDS, XFrame, Dalet, etc.		Sí, Dalet.
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?		Windows
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición? Ejemplo: Audacity, Sound Forge, Sony Vegas, Dalet, XFrame, etc.		Dalet.
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?		12
¿Cuántos estudios hay en la emisora?		8
¿Cuántas salas o cabinas de edición y locución hay? ¿Son los mismos estudios de la pregunta anterior?		7
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?		Todos
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?		Cada redactor tiene la suya propia, para becarios tenemos unas 4.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	x
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza en local?	Bloques sí, el <i>Hoy por hoy</i> es un programa contenedor. (Único programa con diferentes bloques temáticos)	
		Mosaico (Diferentes programas uno tras otro)	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, tenemos un programa específico que se llama <i>UMA Investigación</i> , es semanal y dura 10-15 minutos, depende del tema que tengamos.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena local? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Hay 4 fijos, pero ten en cuenta que el <i>Hoy por hoy</i> es un programa contenedor.	
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música? ¿Pagáis a SGAE, a AGEDI? ¿Cuánto?	Se paga a nivel nacional. De vez en cuando viene un representante de la SGAE a medirnos, intentamos ajustarnos a los usos normales de la música comercial, aunque tenemos disponible nuestra propia librería musical. Debemos estar en los parámetros normales porque no hemos tenido ningún problema con eso.		
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Se observa a nivel nacional, todas esas iniciativas se hacen a nivel nacional, la emisora a nivel nacional está haciendo siempre cualitativos y cuantitativos, cada cambio en la programación se observa en las reacciones de la audiencia con encuestas.		

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

6.AUDIENCIA

AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media tiene la emisora en Málaga? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo? Ejemplo Estudio de Medios, Google Anatytics, etc.	Audiencia media, en torno a los 120.000-130.000 oyentes en la provincia, ya que tenemos 4 emisoras más de la SER en Málaga. Hay un departamento que se llama <i>PRISA Digital</i> que nos manda todos los meses los índices de audiencias de la web, noticias más comentadas de la web y listado de las noticias con más incidencia. En la web se observa la incidencia de determinadas noticias pero no a la hora en la que se escuchan. Cada mes es una sorpresa.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales? ¿Facebook, Twitter?	Facebook: El Facebook de <i>Hoy por hoy</i> tiene 3.269 me gusta. Twitter: el Twitter de la SER Málaga tiene 3.652 seguidores.
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web local y descargas se obtienen anualmente? ¿Datos de 2014?	Hay que tener en cuenta que tenemos página web local desde hace unos escasos 6 meses y que además ha cambiado en este tiempo. Nos sale una media de inicio de 96.206 páginas vistas, 76.875 visitas, y 72.693 usuarios únicos.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora entre los jóvenes? Ejemplo: cartelería, correo, web, eventos, etc.	Estamos en ello, ahora lo que hacemos es campañas exclusivamente para ellos. Publicitamos una <i>app</i> para la semana santa, con ello buscamos esencialmente audiencia joven. Es la manera que tenemos de atraer oyentes jóvenes, a través de redes sociales y tecnología digital.
	¿Es importante el concepto de audiencia joven en esta estación?	Sí, la audiencia joven es a la que nosotros aspiramos. Intentamos atraer de las emisoras musicales oyentes a la SER. Si sumamos la audiencia de todas las emisoras de la SER en Málaga,

		contamos con unos 450.000-500.000 oyentes, tenemos ahí unos 300.000 oyentes a los que nos gustaría atraer.
	¿Cree que los jóvenes malagueños escuchan esta radio? ¿Si lo hacen, qué medio crees que utilizan: internet o FM?	Ahora nos encontramos ante un gran cambio del método para escuchar la radio, aquí en Málaga tradicionalmente se ha hecho por la FM, ahora se trata de que nos escuchen a través de su teléfono, los jóvenes llevan encima 24 horas su teléfono.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico propio?	Sí, es un documento privado, tenemos una disposición de prácticas y un listado que contempla más o menos los regalos que uno no debería aceptar, por ejemplo, y también tenemos un libro de estilo que se está elaborando.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No, no hay ningún tema no tratable. Hay que ser cuidadosos con ciertos temas como el suicidio. Es un tema que salvo ocasiones contadas, cuando la personalidad de la persona sea excepcional se trata, pero en general no.
	¿Existe una línea editorial definida?	La cadena tiene su propia línea editorial y los periodistas también tenemos nuestras propias opiniones, yo no tengo un listado de cuál es la línea editorial pero sé que es una emisora progresista en lo social, democrática, caben todos los contenidos y opiniones. No le tenemos ningún miedo a temas como el aborto o la Ley del divorcio, pero yo no tengo en cuenta nada de eso a la hora de tratar los temas, tratamos los temas importantes. Se tratan los temas abiertamente y caben todas las posibilidades.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo? ¿Está actualizado?	Se está elaborando, tenemos un libro de estilo en fase preliminar que se mandó a todos los redactores de la Cadena SER para que incorporaran lo que faltara o lo que creen que debería incluirse.
	¿Existen normas de funcionamiento interno? ¿Decálogo de normas de comportamiento para alumnos?	No. Nosotros cuando llegan los becarios le hacemos una advertencia. Cuando un becario llega a hacer las prácticas a la Cadena SER, a partir del momento en el que sale a la calle con el micrófono amarillo que pone Cadena SER está representando a una emisora. Como cualquier redactor que trabaja para una empresa, deja de ser una persona en un acto para convertirse en un trabajador, y debe mantener los mínimos de educación y decoro porque va con un micro de la Cadena SER, por lo que la está representando. Eso que parece una obviedad a mí me gusta repetirlo. También les indico que actúen como buenos periodistas, que hagan todas las preguntas del mundo de manera educada.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

8 .OPINIÓN PERSONAL

OPINIÓN PERSONAL	¿Cree necesaria la creación de una emisora universitaria de radio en Málaga?	<p>Yo lo que creo necesario es que los alumnos de la facultad puedan tener la posibilidad de hacer prácticas en los sitios donde luego puedan trabajar, y si la mejor manera es teniendo una radio universitaria, estupendo.</p> <p>Creo además que las radios universitarias no deberían ser unas radios para competir con las radios que ya existen, deberían servir para que los alumnos tuvieran un contacto muy directo con la realización técnica de la radio y para que experimentaran. De la radio universitaria tienen que salir propuestas distintas a lo que se está haciendo, porque lo que se está haciendo ya hay un montón de gente que lo hace muy bien, con lo que debería ser una radio experimental donde se apostara por cosas nuevas y donde se logaran cosas que los demás todavía no hemos conseguido.</p> <p>Los jóvenes además conocen las redes sociales como nadie, se podría conjuntar todo. Si me preguntan si sería útil una radio universitaria, para ser una radio de música te dijo que no, si me dices que sería útil para hacer informaciones locales, pues te digo que tampoco, una radio para hacer una radio para la propia universidad y para los estudiantes pues tampoco. Yo aconsejaría que se formen experimenten sean originales hagan cosas nuevas.</p>
	¿Qué características debería poseer en su opinión una radio universitaria? ¿Cuáles deberían ser los pilares sobre los que se sustente?	La formación y lo que sería el I+D, la investigación y el desarrollo, debería ser una radio informativa y una radio para innovar. Por ejemplo no hay ningún departamento en una facultad de medicina para inventar la penicilina puesto que eso ya está inventado se trata de investigar cosas nuevas.
	¿Se valoraría positivamente a la hora de nuevas contrataciones o becas el paso de un alumno por la radio universitaria?	Sí, tal y como valoramos la experiencia de la gente, si tiene experiencia en una radio universitaria y sabemos que esa radio está funcionando bien, porque hace cosas bien, claro que sí, el paso por ella no es nada si la radio no está bien y al revés.
	¿Cree que una emisora universitaria podría ser una amenaza para las emisoras comerciales locales, en el sentido de la segmentación de la audiencia o de competencia publicitaria en forma de patrocinios?	No, a mí no me preocuparía de ninguna manera esa competencia.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	<p>Una emisora universitaria no tiene que tener ninguna de las preocupaciones para mantenerse que tiene una emisora comercial, no debería tenerla. No quiere decir que una emisora universitaria sea sólo para universitarios, pero tampoco debería importar demasiado la audiencia, se trataría de crear una emisora que sea potente para los que la hacen, que les sirva a los que la hacen, debería ser una radio para aprender, no tanto para que los escuchen los demás. Si después de todo lo que estamos hablando además la radio tiene audiencia pues mejor.</p> <p>En mi opinión debería ser una radio universitaria que fuera el escenario para que los estudiantes aprendan a hacer radio. También se podría hacer un periódico hecho por los estudiantes para aprender a escribir en él. Podría ser una emisora que perfectamente tuviera 10 horas de programación, que podría hacer cosas en colaboración incluso con otras universidades cuando en ella se realicen actividades interesantes, se trataría de hacer una radio distinta experimentando cosas nuevas.</p>

		<p>Yo haría cosas distintas, por ejemplo en Estados Unidos el último pelotazo grande en la radio ha sido a una especie de locudrama, contando la historia secuenciada de un asesinato, pero de forma muy original contado y utilizando las nuevas tecnologías.</p> <p>Otra opción sería implementar nuevas formas de participar en la radio para los oyentes, quizá se puede hacer primero el programa en Twitter antes que la propia radio, es decir plantear un tema, llevarlo a las redes sociales y desde las redes sociales sacarlo en el programa de radio habiendo realizado grabaciones de voz después de haber tenido una semana de debates por ejemplo en las redes.</p> <p>Interactuar en la radio no se debe limitar a que tú estés escuchando un programa, se coloque un <i>hashtag</i> y tú hagas un comentario en Twitter, ese no es el lenguaje de la gente, a lo mejor una idea sería cómo trasladar el <i>WhatsApp</i> a la radio. Si las redes sociales nos brindan la posibilidad de hablar al instante con personas que están al otro lado del mundo, ¿por qué nos limitamos a hacer una radio de contenidos locales? Otra idea sería hacer reportajes hechos exclusivamente con sonidos y con apenas voz, hacer cosas originales.</p> <p>En definitiva una radio digital distinta, no debería tener límites locales, debería tener cabida distintos temas, programas e idiomas.</p>
--	--	---

Una vez realizadas todas las cuestiones al entrevistado, nos encontramos en disposición de establecer nuestras interpretaciones. No hay que olvidar que en todo momento investigamos en busca de aportaciones útiles para el desarrollo de un modelo ideal de emisora universitaria formativa. Distribuimos entonces las conclusiones que extraemos de la entrevista a través de las mismas categorías de hemos utilizado para ordenar las preguntas:

Ficha técnica:

La responsabilidad social de una emisora de radio universitaria en la provincia de Málaga, entendida como dar voz a colectivos y asociaciones sin ánimo de lucro que lo necesitan, complementaría la oferta programática local además de hacer un bien a la sociedad. Por otra parte, dado que las funciones de una emisora comercial de referencia como es la seleccionada se corresponden en primer lugar con los objetivos de informar y entretener, en este aspecto tampoco se observaría competencia alguna para con una futura emisora universitaria, insistiendo en la idea de complementariedad que ofrecerían los espacios ofertados por este tipo de estación.

Organización:

En cuanto a la organización, la subdivisión en un departamento de contenidos, un departamento técnico, uno publicitario y uno administrativo, cada uno con sus directores y jefes de área, con la supervisión de un director general, resulta muy interesante para ser aplicada en una futura emisora universitaria, ya que ofrece una estructura limpia que permitiría ubicar a alumnos de diferentes titulaciones realizando labores relacionadas con las mismas aplicando conocimientos en un entorno real. Quizá la figura del Director de Contenidos sea la que deba ocupar el que en otras radios universitarias es el coordinador, cuya condición laboral es Personal de Administración y Servicios, mientras que la figura de Director General deba ser aportada por la universidad, mediante la creación de un cargo oficial, el de Director de la Radio Universitaria, incluido en los estatutos de la universidad.

Dado que en las emisoras comerciales tienen cabida a lo sumo, cinco becarios o estudiantes realizando sus prácticas, la existencia de una radio universitaria sería ideal porque ofrecería la oportunidad de realizar este tipo de prácticas a un mayor número de alumnos. En este caso, no debería realizarse a nuestro juicio una discriminación hacia los alumnos procedentes de la titulación de Comunicación Audiovisual, puesto que, por asignaturas, podrían estar igual de formados en materia radiofónica en comparación con los estudiantes de Periodismo. En este sentido, podría dejarse abierta la participación a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas mediante una organización paralela o plan de estudios específico para aplicar en radio encaminado a formar profesionales de esta titulación, o contemplarlos como colaboradores voluntarios.

En el plan de trabajo, la selección de temas a tratar la tarde anterior, teniendo delante la agenda de medios del día siguiente resulta más interesante que la organización a primera hora de la mañana, de cara a la organización de materiales y equipos.

Formación de estudiantes:

La forma de enseñar a trabajar a los alumnos en prácticas en esta estación es pidiéndoles informaciones de poca relevancia desde el primer día, manteniendo una tutorización continua que les ayude a corregir errores. En el caso de la emisora universitaria, tal vez sería necesario la realización de un plan de prácticas o al menos cursos preparatorios debido a que previsiblemente se incorporarán a la misma más alumnos que los que se incorporan a las estaciones comerciales, y la dificultad de coordinación que esto conlleva. No sería descartable contar con la colaboración de estudiantes de último curso que colaboren en la misión de supervisar contenidos y ayudar a la realización de programas a los alumnos recién incorporados.

Según la percepción de Atencia, hoy en día los alumnos que terminan la titulación de Periodismo no poseen una extensa formación práctica. Por este motivo es más importante que nunca dotar a una facultad que posee estudios de Ciencias de la Comunicación de un medio en el que poder realizar prácticas, antes de incorporarse al mercado laboral.

Estructura técnica e infraestructura:

Es importante señalar que al igual que COPE Málaga, la Cadena SER también ha obtenido una segunda frecuencia de emisión. Además de la posibilidad de destinar contenidos a una frecuencia o a otra, hacen uso de la emisión on line o en *streaming* y del *podcast*, disponible desde la página web de la SER Málaga. La posesión de una *app* mediante la que escuchar la radio es muy interesante, ya que abre la posibilidad de utilizar el móvil como medio alternativo de escucha.

El programa utilizado para emitir, grabar y editar es Dalet, mediante el sistema operativo Windows. Es interesante el número de puestos disponibles, 12 para redactores, y 7 salas polivalentes para emisión-grabación-edición o estudios de producción. En una estación de radio universitaria sería impensable llegar a tener esta cantidad de quipos disponibles, aunque es

sabido que existen otras alternativas equiparables que podrían aplicarse en una emisora universitaria.

Programación de la emisora:

Se trata de una emisora generalista, que emite en bloques por ejemplo mediante un programa contenedor como *Hoy por Hoy*. En la actualidad, se contempla la divulgación científica de la universidad de Málaga mediante el programa *UMA Investigación* de unos 10-15 minutos de duración. Dada la producción científica existente en una universidad de envergadura como es la Universidad de Málaga, sería factible la ubicación de un programa de estas características en una estación universitaria propia, con más duración y una periodicidad semanal.

Audiencia:

En cuanto a la audiencia, dadas las restricciones que marca la ley en la transmisión a través de FM, sería imposible que una emisora de radio universitaria se acercara a los datos que arroja una cadena de prestigio como es la SER Málaga. Aun así, internet es un campo abierto a este tipo de estaciones en el que si bien medir la audiencia puede resultar complicado, no sería imposible mediante la contabilización de visitas web y una correcta gestión de las redes sociales así como el uso de plataformas como iVoox.

De hecho, Atencia afirma que en la actualidad se enfrentan a un cambio de método de escucha, por el que el objetivo es captar a todos aquellos oyentes que tienen a su alcance un teléfono móvil, que precisamente coincide con el perfil de los estudiantes y posibles participantes de la radio universitaria.

Código deontológico y libro de estilo:

Como apuntábamos anteriormente, la existencia de estos documentos no suele ir de la mano del conocimiento o la lectura de los mismos por parte de las personas que se incorporan a la radio por primera vez, como es el caso

de los estudiantes que realizan sus prácticas. Es importante en este sentido, tener disponible un código deontológico básico así como un libro de estilo que se haga llegar a las nuevas incorporaciones, y que sea firmado por los mismos como muestra de entendimiento de cada uno de los puntos que se contemplan. Es de señalar que el libro de estilo de la Cadena SER aún se encuentra en elaboración, con la colaboración de todos los redactores que forman parte de la cadena. No es descartable la realización de un primer modelo que vaya evolucionando con la estación universitaria. En esta estación se les ofrece a los recién llegados una charla por parte del director en la que se les informa de estos asuntos de manera general. Podríamos extrapolar este concepto a una estación de radio universitaria partiendo de un código deontológico básico y un libro de estilo en pocas líneas, que pueda evolucionar a la vez que lo hace la estación, y del que deberíamos asegurarnos la comprensión y aceptación por parte de los participantes en la emisora.

Opinión personal del Director de Contenidos de la Cadena SER Málaga:

A la pregunta sobre la necesidad de la creación de una emisora universitaria en Málaga, Atencia asiente e indica que debería ser una emisora destinada a crear nuevos formatos y a la experimentación. Explica además que no sería útil la creación de una emisora universitaria musical o destinarla a crear informaciones locales.

Sin embargo, teniendo en cuenta que nuestro objetivo es crear una emisora de radio universitaria para formar profesionales de la comunicación, a nuestro juicio sería un error prescindir de estos formatos, ya que los alumnos deberían cubrir informaciones locales para aprender a hacerlo. El uso de la radiofórmula musical es muy utilizado para mantener la continuidad en las estaciones de radio universitarias, un recurso que además se podría emplear para ayudar a los alumnos a perder el miedo al directo, debido a que este formato permite al locutor hablar poco y fugazmente. Estas afirmaciones no quedan en desacuerdo con la teoría de crear un centro de experimentación,

pero a nuestro juicio, la práctica se consigue realizando tareas radiofónicas tradicionales como las mencionadas, que una vez aprendidas, darán lugar a dicha experimentación.

7- Estructura técnica: sistema de difusión e infraestructura

Debido a que el objetivo primordial de esta investigación consiste en proponer un modelo aplicable a una universidad dada que quiera poner en marcha una radio universitaria, resulta necesario obtener información sobre los sistemas de difusión que se utilizarán así como la infraestructura ineludible para lograr una coordinación adecuada entre la infraestructura y el trabajo en la emisora.

7.1- Infraestructura

En este apartado abordaremos desde el punto de vista teórico los elementos técnicos y estructurales necesarios para construir una emisora de radio, enfocándolo hacia el tema que nos ocupa: una estación de radio universitaria. Como definición de emisora de radio, desde el punto de vista técnico tomaremos la siguiente, que nos servirá de punto de partida:

una instalación que permite, a partir de diversas señales, componer un programa sonoro único para su difusión por radiofrecuencia. Con el fin de conseguir este objetivo, se dispone de varios espacios con funciones específicas, correspondientes a cada una de las distintas fases que sufre la generación de la señal que será emitida (Félix, 2001: 103).

Realizaremos a continuación una síntesis de lo que considera Legorburu (2001:192-193) que es la infraestructura necesaria que debe contemplar una emisora de radio. El autor diferencia dos partes: el control de sonido y el locutorio. Para el investigador, el locutorio es el lugar donde se pone en antena el programa, donde los locutores/periodistas hablan. Se puede utilizar para directo o grabaciones. Está conformado por un recinto insonorizado con el fin de eliminar los ruidos externos, pero también los

internos, como la reverberación; para ello cuenta con material absorbente en paredes y techos.

El locutorio está separado del control de realización por un cristal (pecera, en argot), con el fin de que haya una mejor comunicación visual entre el locutor/periodista y el realizador/técnico. Cuenta con una mesa, donde están colocados los generadores de sonido: micrófonos; reproductores de sonido: altavoces, por los que se escucha la emisión cuando el micrófono está cerrado, y los auriculares o cascos. Como elementos auxiliares según indica, podemos encontrar una pequeña consola mediante la cual podemos cortar la señal, o avisar y hablar con el técnico (es la denominada línea de órdenes o baja frecuencia), un indicador luminoso (luz verde/blanca y roja) que advierte de cuándo están o no abiertos los micrófonos (este indicador suele estar colocado también en las puertas de acceso y en el control de sonido) y por último, suele haber un panel con la fecha, la temperatura exterior y un reloj con segundero. Para definir el control de sonido, también designado como control de realización, el autor se refiere a una estancia situada junto al locutorio, desde la que el técnico realiza el programa de radio, controlando, registrando y mezclando convenientemente todos los sonidos y generando una única señal definitiva. Esta estancia también está aislada acústicamente. En esta sala se encuentran todos los equipos técnicos que hacen posible la radio. Además, dispone de una zona aledaña dedicada a las tareas de producción.

Por otra parte podemos distinguir entre cuatro tipos de estudios según su función, tal y como indica Legorburu (2001: 194-195):

- Control central. Hasta el que llegan las señales procedentes de toda la emisora y de todas las estaciones de España y que a su vez les envía la señal optimizada para emitir. En él se integran, fundamentalmente, equipos de alta frecuencia.
- Estudio-auditorio. En esencia, es igual que el ya descrito, pero tiene capacidad para público.

- Cabina de grabación. Se trata de un mini-estudio, en el que los periodistas pueden extraer cortes, grabar por teléfono o escuchar testimonios.
- Autocontrol. Se utiliza, sobre todo, para hacer programas musicales.

Al margen de la explicación teórica de Legorburu, señalamos que es habitual que hoy en día las mesas de mezclas ubicadas en los estudios sean digitales, totalmente configurables al gusto de la persona que va a trabajar con ellas, de manera que se puede cambiar la ubicación de la señal saliente en el canal deseado, mediante sencillos pasos de configuración. Dichas mesas están conectadas a un ordenador. Se hace necesario entonces contar en el estudio con dos equipos, uno de ellos se utiliza para redactar y elaborar la información y el otro para controlar la emisión con el *software* pertinente, conectado debidamente a la mesa de mezclas. Esta distribución permite la realización de tareas en diferentes equipos informáticos y resulta muy útil a la hora de trabajar con archivos digitales a la vez que se realiza la emisión mediante autocontrol. El reloj suele ser digital y está sincronizado vía satélite para permitir una conexión/desconexión, con una unidad móvil o con la emisión nacional (caso de las emisoras musicales del grupo PRISA, por ejemplo) situada en otro punto geográfico de manera exacta en el tiempo.

En cuanto al tema que nos ocupa, a nuestro juicio, sería operativo para una emisora universitaria contemplar la existencia de varios estudios, tal y como se configuran las emisoras de radio profesionales. En cuanto al estudio-auditorio que define Legorburu, es habitual que las facultades de Ciencias de Comunicación cuenten con aulas de radio en las que se puede realizar esta función. Por ejemplo, la Universidad de Málaga, como veremos a continuación, dispone en la misma ubicación de micrófonos y auriculares para diez alumnos, aunque en este caso sería necesario adecuarlas para la

emisión, ya que “las aulas de radio no disponen de la acústica necesaria para emitir”.⁴³

Para Hurtado (2007), las técnicas tomadas de la televisión o el cine, como es la postproducción de sonido, se emplean en la radio mejorando la calidad de sus programas gracias a la facilidad del montaje no lineal que los ordenadores permiten. Una vez más se puede variar la técnica de realización y se maneja mejor el ritmo. Entre los beneficios de la introducción de equipos informáticos y de *software* específico el autor comenta los siguientes:

- Se puede manipular el audio creando nuevos objetos sonoros o emulando reales (sonidos sampleados). Con ello se vuelve a ganar en agilidad y control del mensaje.
- Se propicia una nueva forma de hacer radio más ágil, dinámica y versátil.
- Permiten la automatización de la emisión durante periodos de tiempo mayores y con gran calidad.
- Llegan a emular incluso programaciones en directo.
- Posibilitan el almacenamiento y organización de archivos de sonido en menor espacio y, como resultado, su acceso es más rápido y eficaz (la petición de la pieza de sonido puede ser realizada por red telemática desde la propia terminal del productor o programador).
- El acceso a la información es casi instantáneo, tanto en la preparación del programa como en la emisión.

Para otros autores como Félix (2001) (2006), la estructura básica de una emisora de radio está formada por diferentes áreas operativas: el centro de producción, el control central, el centro emisor y los recursos externos.

⁴³ Del Castillo, J. C. (10 de Marzo de 2015). Entrevista PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 7.

En primer lugar, el centro de producción está formado por las unidades de producción y el control central. Podríamos decir que se trata del lugar donde la plantilla de la radio realiza la labor de construcción de los programas y espacios radiofónicos (Félix, 2001: 103). Está compuesto por:

- Estudios de producción de programas o unidades de producción: están formadas por un locutorio y un control de producción (mesa de mezclas y ordenador), también se conoce en el argot como “estudio”. En este lugar, se construye una única señal, dando como resultado diversos formatos radiofónicos.
- Control central de la emisora: centraliza las señales generadas en cada uno de los estudios de producción de programas, decidiendo además su uso. De esta forma, se podrán llevar hasta los sistemas de emisión, grabar para archivo, o servirlos a otra emisora para que formen parte de un programa más elaborado. Desde aquí también se realizan labores de continuidad en la emisión. Desde el control central también se gestionan las señales especiales del proceso de producción como son las conexiones telefónicas con el exterior y los enlaces privados vía radio con unidades móviles o reporteros desplazados fuera de las instalaciones, así como las comunicaciones con otras emisoras con las que se forma una cadena de difusión. En síntesis, el control central es el centro neurálgico desde donde se controlarán las rutas que tendrán que seguir todas las señales que llegan o salen de la emisora.

A la tipología presentada por el Félix podríamos añadir, que en general, las emisoras convencionales cuentan con dos habitáculos diferentes, por un lado, la cabina de control de audio, o estudio de control de producción, desde el que se controla y realiza un programa de radio, y, por otro lado, el estudio de radio o locutorio, donde se lleva a cabo la acción de locutar. Estos espacios están siempre comunicados visualmente entre sí por medio de una ventana. Sin embargo, la aparición de las emisoras musicales y

pequeñas estaciones locales, ha propiciado el hecho de que el propio locutor pueda controlar el audio, lo que se denomina *autocontrol*, para ello la cabina de producción o de audio queda incluida en el mismo espacio que el locutorio, por lo que no resulta necesaria dicha separación. En este sentido, también podríamos añadir que la existencia de un control central es más propia de las grandes cadenas comerciales que cuentan con varios centros de producción, por lo que necesitan de esta infraestructura.

El centro emisor, según Félix (2001: 104), es un espacio que dispone de los sistemas de emisión que llevan el programa hasta el público, así como los equipos de emisión y recepción de enlaces para las comunicaciones de servicio. Asociados a los equipos de radiofrecuencia, aparecen los sistemas radiantes y las antenas receptoras, que situaremos sobre una torre de comunicaciones incorporada en el propio centro, aunque también es habitual es que el centro emisor se encuentre como una instalación separada del centro de producción, que sería el bloque formado por los estudios de producción de programas y el control central de la emisora, quedando el centro emisor situado en un lugar elevado para lograr una mejor cobertura de la difusión de la señal de la emisora.

Además de los medios de producción de los estudios, las emisoras cuentan con recursos externos para poder realizar programas, o partes de ellos, en el exterior. Estos elementos se comunicarán con la emisora mediante radioenlaces, por lo que su señal será recibida en el centro de emisión y conducida hasta el control central, donde se distribuirá según las necesidades.

En una emisora de gran tamaño dotada de la última tecnología como es la Cadena SER en Málaga, hallamos ocho centros de producción o estudios, de los cuales siete están equipados para realizar autocontrol. De los estudios mencionados, uno de ellos corresponde al utilizado por la Cadena SER Málaga para las emisiones, que se corresponde con lo que Legorburu (2001: 194-195) denomina como estudio-auditorio, y otro, mediante una

configuración similar al anterior, en lo que a estudio separado de control por un cristal se refiere, está contemplado para posibilitar la grabación de actuaciones musicales. Es un hecho que a diario se utiliza, por ejemplo, el estudio de Los 40 Principales de Málaga como control de emisión en determinados momentos del día (ventanas de publicidad y programa de sobremesa) y como estudio de grabación el resto del tiempo.

Para plantear la estructura técnica de una emisora de radio, también es necesario que abordemos algunas definiciones propias del contexto de esta investigación. En primer lugar, los equipos de baja frecuencia son todos aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal, que posteriormente va a ser transmitida. Ejemplo de ello son los micrófonos y la mesa de mezclas. Por otro lado, los equipos de alta frecuencia son todos los aparatos transmisores que son capaces de modular y transmitir la señal, en forma de ondas electromagnéticas que viajan por el espacio, que han generado los equipos de baja frecuencia.⁴⁴

Dentro de la categoría de equipos de baja frecuencia, también se incluyen los mezcladores digitales o *software* específico para edición o montaje (López y Ortiz, 2011: 3).

Por otro lado, es importante contemplar la existencia de los tipos de señales que se dan en el proceso de modulación:

hay que distinguir entre dos señales consideradas básicas. La primera, de alta frecuencia, es la que podemos bautizar como *portadora* y es la que, con su frecuencia central, identifica a la emisora. La segunda, de baja frecuencia, la llamaremos *moduladora* y es la que realmente lleva la información (palabra y música) generada en los estudios de la emisora. Vale la pena hacer hincapié en el hecho de que la onda portadora es el vehículo mediante el cual se

⁴⁴ Ministerio de Educación. Gobierno de España. (s.f.). Media Radio. Recuperado el 11 de Mayo de 2015, de recursos.cine.mec.es: <http://recursos.cine.mec.es/media/radio/bloque3/pag2.html>

transporta toda la información de baja frecuencia. Sin la ayuda de la onda portadora, poca o nula propagación tendría la información de baja frecuencia.⁴⁵

A continuación vamos a esgrimir las características que debe cumplir la estancia denominada locutorio por Félix (2001:104). Para el autor, es el espacio en el que se realiza una parte importante del programa de radio, ya que en este lugar se graban entrevistas, las noticias o tienen lugar actuaciones musicales que no precisen grandes espacios para su ejecución. Desde el punto de vista técnico, apunta que el locutorio presenta una estructura relativamente sencilla, en la que podemos encontrar los elementos que a continuación se describen.

Los micrófonos son una parte fundamental de cualquier locutorio, se trata del sistema de captación acústica. Son habituales en este tipo de espacios los micrófonos de respuesta adaptada a la voz humana, sustentados sobre pequeños soportes de sobremesa, también llamados pie de micro, y dotados de espuma antivientos o antipop, para evitar los golpes de presión propio de las consonantes oclusivas. Si en el locutorio está diseñado para grabar actuaciones musicales, también se pueden encontrar micrófonos para instrumentos. Con el fin de facilitar la interconexión, normalmente existe una caja de conexiones de micro, localizada frecuentemente la propia mesa de los locutores. Desde esa caja parten las diferentes líneas de transmisión, que trasladan las señales de audio directamente hasta las entradas del mezclador de control de producción (Félix, 2001:104).

Por otra parte, la monitorización, junto con la finalidad de efectuar un correcto seguimiento de los elementos que componen el programa de radio, los comentaristas invitados tienen que escuchar la señal que se está generando, para lo cual se cuenta con el sistema de monitorización. El más extendido es un sistema mixto mediante el cual, durante los periodos de publicidad, música, etc, se aplica la monitorización mediante altavoces, que se

⁴⁵ *Ídem.*

desconectan automáticamente al activarse los micrófonos de locutorio, quedando entonces en funcionamiento únicamente los auriculares. La señal indicada para desactivar los altavoces se denomina *en el aire*, apoyado por una señal luminosa de aviso de color rojo en el exterior del locutorio que indica que los micrófonos están abiertos, y por lo tanto no se debe abrir la puerta. Como el número de auriculares que se utilizan puede ser elevado, la línea de monitorización ha de difundirse adecuadamente, mediante los distribuidores de audio. Estos equipos tienen una entrada y entre dos y ocho salidas, funcionando de modo que, frente a los destinatarios de la señal, resultan transparentes. Indica que aunque en apariencia no realizan proceso alguno, incorporan amplificadores que compensan las pérdidas propias del reparto de energía entre las diferentes salidas, al tiempo que garantizan una perfecta adaptación de impedancias en sus conexiones. Asociados al sistema de monitorización también se encuentran los amplificadores, cuya función será dotar de potencia a la señal de audio para poder alimentar a los altavoces y auriculares (Félix, 2006: 112).

Continuando con el recorrido por los elementos necesarios para construir una emisora de radio, abordaremos ahora el control de producción, desde donde se conforma la señal del programa. En este habitáculo podemos encontrar normalmente un equipo informático o dos, una mesa de mezclas y un *path panel* para tener acceso a varias líneas de audio. La razón por la que se dispone en muchas estaciones de dos equipos informáticos dentro de un mismo estudio o control de producción, es debida a que uno de los dos equipos se usa para la emisión, dotándolo del *software* adecuado para ello, por ejemplo Dalet en las estaciones musicales pertenecientes al Grupo PRISA, dejando el otro para labores de redacción, gestión de redes sociales y búsqueda de información, reservando el equipo de emisión única y exclusivamente a este fin. De esta forma, por otra parte, se intenta evitar que se produzcan infecciones por virus a través de internet y de diversos dispositivos de almacenamiento, así como asegurar en la medida de lo posible, el correcto funcionamiento del equipo dedicado a la emisión.

En las estaciones de radio pequeñas resulta corriente contar con un estudio dedicado a la emisión en directo y otro estudio dedicado a la grabación. De esta forma obtendríamos dos espacios independientes conformados por un locutorio y un centro de control de producción, ubicándose en muchas ocasiones el centro de control de producción dentro del mismo locutorio, lo que posibilita el autocontrol por parte del conductor del programa o locutor principal, como ya se ha indicado anteriormente. Por lo general, las grandes empresas suelen tener varios controles de audio desde los cuales pueden trabajar simultáneamente, tal y como hemos mencionado anteriormente, por ejemplo el caso de la Cadena SER en Málaga, por ello, se hace necesaria la existencia de un control central desde donde se coordina la emisión general de toda la emisora. Las radios más modestas habitualmente disponen tan sólo de una o dos cabinas de control.

Por otra parte, López (2014: 20) refleja la posibilidad de crear programas de radio universitarios mediante la técnica del *podcasting*, desde cualquier lugar con conexión a internet, para lo que se necesita un equipo informático, un micrófono, un *software* que permita grabar y editar el *podcast*, una pequeña mesa de mezclas, una tarjeta de sonido y una aplicación que permita subirlos a la web. Éstas podrían constituir las necesidades técnicas básicas de las emisoras de radio que funcionan sólo a través de *podcast*. Es un método que sin duda ofrece una complejidad técnica mucho menor que la que necesitan las emisoras de radio al uso como las que hemos estado planteando a lo largo de este apartado.

Dado que nuestro estudio de caso se centra en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, describiremos a continuación los equipamientos relacionados con el medio radiofónico de los que dispone.⁴⁶

⁴⁶ Autoinforme global de renovación de la acreditación del título de Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Málaga. (s.f.). Recuperado el 15 de Junio de 2015, de https://www.uma.es/media/tinyimages/file/AutoinformeCAV_1.pdf

En primer lugar, el laboratorio de sonido cuenta con dos estudios: uno configurado para radio y otro para grabación de sonido. En ellos se ubica el equipamiento técnico necesario de microfonía y *software* de grabación y postproducción en Pro Tools, ya que es en este lugar donde se realizan las prácticas de locución, doblaje y postproducción, así como la realización de programas informativos, magazines y documentales que se planifican en las asignaturas.

También es posible utilizar en estos espacios otros tipos de *software* como UltraMixer, específico para Mac, o Viva de ASPA, lo que posibilita al alumno la familiarización con varias plataformas de gestión de radio.⁴⁷

Por otro lado, encontramos el aula-estudio de radio, que cuenta con once micrófonos y treinta puestos dotado también con equipamiento profesional para la producción y emisión radiofónica, aunque no con la acústica necesaria para ello, como se ha mencionado anteriormente, ya que este aula fue pensada y construida para el uso docente. En tercer lugar, existe un espacio polivalente denominado aula-plató, que está compuesto por un estudio de radio con diez micrófonos y mesa de mezclas con capacidad para realizar diversas producciones sonoras así como un plató de televisión, separados por un cristal insonorizado.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA dispone también de siete laboratorios de redacción, diseño e imagen, constituidos como espacios especialmente acondicionados para trabajos de maquetación, redacción y diseño gráfico, artístico o editorial, asistidos por personal técnico. La capacidad de dichas salas oscila entre los 30 y los 70 puestos, equipados con ordenadores Apple iMac y el *software* necesario para la realización de dichas actividades prácticas. Finalmente, para la grabación de audio en

⁴⁷ Del Castillo, J. C. (10 de Marzo de 2015). Entrevista PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 7.

exterior, como totales o entrevistas, este centro de educación superior pone a disposición de docentes y alumnos tres grabadoras de audio H1 Handy y una Tascam DR-40.

7.2- La radio universitaria on line y las apps

La radio universitaria en España, como ya se ha apuntado, aún no goza del privilegio de ser regulada legalmente a nivel nacional (Durán, 2011). Sin embargo, ante la posibilidad de que llegue a existir dicha regulación o pueda obtenerse mediante estamentos autonómicos, considerando que la FM está menos saturada que la AM, será este tipo de sistema de difusión el utilizado para una emisora universitaria que se pretenda construir.

Otra opción a contemplar sería la emisión mediante canales digitales. Para Gabino y Pestano (2004), la conversión digital de la radio tiene tres variantes tecnológicas, según su canal de emisión, indicando que la radio se convierte en digital cuando la información sonora se traduce al lenguaje binario de unos y ceros. Estas variantes tecnológicas, según los autores son, según su canal de emisión: la radio digital por satélite, la radio digital terrenal y la radio web. Aportan además, que en comparación con los otros dos modos de funcionamiento, la difusión a través de la web es totalmente novedosa, ya que se establecen nuevas fronteras de comunicación donde se produce la integración de todas las posibilidades: permite la audición tanto en directo como en diferido de las emisiones, proporciona servicios como las fonotecas, facilita la interactividad de los oyentes, la recepción de publicidad bajo demanda y la recepción de imágenes en tiempo real. Según los investigadores, ya en el año 2.003 existían más de mil *radiosweb* en España.

Por su parte, Bonet en el 2011 presenta una realidad digital en Europa mucho más compleja, en la que tienen cabida sistemas basados en el DAB (Digital Audio Broadcasting); sistemas móviles de comunicación como el GPRS, UMTS, S-UMTS, HSDPA; o en IT (Information Technology) como son WLAN o WIMAX:

estamos asistiendo a uno de los cambios tecnológicos más sustanciales en materia de telecomunicaciones y radiodifusión en casi un siglo, la digitalización, pero de momento, y especialmente en el ámbito radiofónico, existe bastante confusión, muchos lugares comunes y una radio digital cuyo futuro sigue todavía bastante desdibujado. (Bonet, 2011)

Volviendo al tema que nos ocupa, en suma, podemos decir que sería posible contemplar la emisión por internet de los contenidos que se lanzan a través de la FM, bien de manera paralela (*streaming*) o bien mediante *podcast* en una estación de radio universitaria, creando de esta forma la posibilidad de escuchar ciertos contenidos a “la carta”. Según Hurtado (2007) la radio por internet “está rompiendo con las normas de la industria establecida hasta ahora, mucho más barata en costes de producción, de estructura empresarial y que además tiene millones de oyentes potenciales”.

La radio por internet está ligada a diferentes modelos, existiendo al menos dos casos diferentes:

Uno de ellos es la emisión en internet de radios que transmiten también de forma analógica y que han extendido su presencia y emisión a través de la web (ampliando incluso en internet los servicios o los contenidos que brindan de forma analógica y experimentando en algunos casos nuevas fórmulas, como veremos más adelante). Otra de sus variantes, es la presencia en internet de emisoras surgidas especialmente para esta plataforma, es decir, a partir de las posibilidades tecnológicas que ofrece la red, han surgido emisoras que transmiten sólo por internet, sin hacerlo de forma analógica en AM o FM. Entre las emisoras en internet, encontramos, asimismo, algunas que realizan transmisiones en directo vía *streaming* y también, a partir de nuevos modelos radiofónicos utilizando servicios de *podcast* y experimentando con nuevas formas de emisión de contenidos. (Casajús, 2014:94)

En el caso de las emisoras de radio universitarias, podríamos decir que se dan todos los mencionados, ya que hay emisoras que comenzaron sus emisiones en FM y que más tarde se unieron al carro de la emisión por

internet, emisoras que directamente comenzaron on line y emisoras que emiten en exclusiva mediante *podcast*.

Aunque desde este punto de vista la radio por internet resulta muy interesante, hay que sumergirse en la realidad cotidiana de los oyentes para averiguar si realmente hacen uso de este tipo de radio on line o sigue predominando la emisión por ondas como sistema de difusión predominante.

Un estudio realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)⁴⁸ y ejecutado entre los meses de febrero y marzo del 2012, arroja entre sus principales conclusiones que un 15% de los internautas accede en el mismo día a radio tradicional y a radio a través de internet. Esta cifra se eleva al 47% si hablamos de los últimos 30 días consultados desde el momento de la encuesta. Por otro lado indica que el 17% del consumo de radio entre los internautas se realiza de forma on line y que el dispositivo prioritario de acceso a la radio en internet es el ordenador portátil, al que se dedica el 48% del tiempo, seguido del ordenador de sobremesa con el 29% de los minutos, suponiendo el teléfono móvil en el 2012 ya un 13% del tiempo dedicado a escuchar radio por internet y los *tablets* un 8%. En cuanto al lugar de escucha, este estudio indicaba que el hogar era el centro de consumo de radio incluso en la versión on line: el 67% del tiempo de escucha por internet se realiza en casa, el 25% en el trabajo y 7% escucha “en movimiento”.

Por otra parte, esta investigación realizaba una consulta específica sobre la escucha en formato *podcast*, que en resultados solo supone un 4% del tiempo dedicado a la radio por internet, siendo el resto consumo de radio en directo. En otro orden de cosas, las personas que acceden a los dos tipos de radio declaran mayoritariamente en este estudio, que escuchan la radio tradicional el mismo tiempo que antes, por lo que el consumo on line de radio

⁴⁸ La radio tradicional vs On line. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de <http://www.aimc.es/-La-Radio-Tradisional-vs-Online,196-.html>

incrementa su tiempo total dedicado a escuchar radio, lo que supone un 79%, suponiendo para un 18% cierta reducción del consumo de radio tradicional. Un dato interesante es que en 2012 entre los que solo acceden a la radio tradicional, un 10% lo achaca a que su conexión es lenta, mientras que un 37% no había accedido nunca y un 34% utilizaba otros dispositivos portátiles sin conexión a internet y que el 79% de los que escuchan radio a través de internet ha escuchado alguna emisora exclusiva de internet en los últimos 30 días anteriores a la encuesta.

Con datos más recientes, un estudio realizado por Advertising Bureau (IAB),⁴⁹ la asociación que representa al sector de la publicidad y el marketing y la comunicación digital en España, ejecutado entre los meses de agosto y septiembre del 2014, el 82,7% de los internautas mayores de 18 años declara escuchar radio on line, frente a un 92,7% de los internautas mayores de 18 años que declara escuchar radio convencional. Por otro lado, en términos de frecuencia, el 33,6% de los encuestados escuchan radio online cada día frente al 55,7% que lo hacen a través de la radio convencional. Lo más extendido entre los internautas es la escucha de emisoras de radio convencional en la web, el 81,5%, y son los más jóvenes, menores de 35 años los que utilizan en mayor medida otros formatos como plataformas puramente on line, automatizadas a demanda. Por otro lado, el momento de consumo arroja diferencias, siendo mayoritario en consumo de radio convencional en días laborables y por la mañana, frente al consumo de la radio on line de forma continua, sin llegar a ser diferenciador, algunos oyentes más por la tarde y los festivos. Es por ello que el mismo estudio indica que la radio convencional se escucha más durante los desplazamientos, mientras que la radio on line se consume de forma habitual en casa mientras se navega por internet o se accede a redes sociales. La aportación que realiza esta investigación en cuanto al dispositivo de escucha, revela que el ordenador sobremesa es el canal con mayor número de adeptos, sin quitar

⁴⁹ Estudio radio On line. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/10/IAB_Estudio-Radio-Online_Final.pdf

protagonismo a las aplicaciones de *smartphones* o *tablets* preferidas por el 41,9% de los encuestados. Es importante para nuestra investigación el dato aportado por IAB, que indica que el posicionamiento de los oyentes de radio online se define claramente de jóvenes de 25 a 34 años, con estudios superiores de doctorados o másteres, y que el 71% de los oyentes de radio on line tiene entre 25 y 54 años. Por último, este estudio indica que concebimos la radio online como medio de entretenimiento. La comodidad de escucharla dónde y cómo mejor se adapte a las necesidades de cada cual y la variedad de contenidos son las razones por las que el internauta elige escuchar la radio on line.

Según el mencionado estudio, dada la capacidad que posee la radio on line (incluyendo *podcast*) se haría necesaria la posibilidad de introducir este tipo de emisión en una emisora universitaria, observado el impacto que parece tener en lo que podríamos considerar un segmento que forma parte de la comunidad universitaria, como es el de los jóvenes. Comparando los datos expuestos en sendos estudios, podríamos extraer la conclusión de que la radio on line es la que tiene más adeptos con el paso de los años, teniendo la supremacía la escucha de la misma mediante el equipo informático, ya sea sobremesa o portátil.

Para Fidalgo (2012: 134), entre las primeras emisoras universitarias difusoras de sus contenidos por internet destacan varias: por un lado, la radio universitaria de León que 1997 lanzó su estación denominada ONDAS sólo con emisión por internet, por otra parte Radio Campus, que en 1998 tuvo que utilizar la emisión por internet para volver a funcionar tras haber sufrido un cierre en su emisión por FM y La Universidad de Salamanca, que en 2001 incorporó la emisión por la red tras seis años de funcionamiento a través de la FM. Además de estas emisoras menciona otras radios universitarias que comienzan a hacerlo en torno al cambio de siglo como como la 98.3 de la Universidad de Navarra, o Radio UNED.

También conviene destacar la aportación de Robles y García (2012: 81-83), que indican que con las aplicaciones de radio en los móviles, la radio ha retomado la funcionalidad que tuvieron los primeros transistores, algo que se había dado con otros dispositivos como reproductores de MP3 o con los móviles con receptor de FM integrado, aunque siempre limitados a zona geográfica. Se contempla entonces un salto tecnológico considerable, ya que con el uso de las aplicaciones el oyente tiene la posibilidad de escuchar desde una radio local hasta una radio que esté emitiendo en directo al otro lado del mundo. Las autoras realizan un análisis de las aplicaciones de radio existentes, indicando cuáles son las principales características de las mismas. Explican que dentro de las tiendas de aplicaciones, encontramos diferentes opciones para la escucha de radio, desde las *apps* creadas por las propias empresas de radio a las diferentes estaciones, distribuidas por categoría, géneros o por zonas geográficas. Señalan que las principales radios generalistas de España como Radio Nacional de España, COPE, Cadena SER, Onda Cero, ABC Radio y Es Radio, conscientes de la importancia de la escucha a través de dispositivos móviles, poseen una aplicación compatible con los principales sistemas operativos. Todas estas aplicaciones mantienen un marcado carácter visual que corresponde a su vez a la identidad corporativa presente en sus páginas web, a las que la mayoría se asemejan. En cuanto a la disposición de contenidos, todas las aplicaciones, presentan una estructura similar, recogiendo diferentes tipos: noticias, directos, *podcast*, YouTube o videos, *playlist* o radio a la carta y programas o programación. En todas existen dos formas escucha, en directo y a través de *podcast*. Para las autoras también es destacable la existencia de aplicaciones que agrupan diferentes radios, contemplándolas como alternativa más completa para la escucha, puesto que saltan la barrera de la limitación geográfica para la recepción de ondas. Para la escucha de estas aplicaciones resulta necesario tener en el teléfono o dispositivo móvil. Entre las más conocidas en España, donde las radios universitarias podrían tener cabida, indican las autoras que son: TuneIn Radio, Radios de España, Online Radio X, ESRadios y AppRadio. Como colofón a este estudio, Robles y García proponen que las

formas de inserción de las radios universitarias en las aplicaciones para dispositivos móviles son dos: mediante un aplicación específica y gratuita compatible con los diferentes sistemas operativos o a través de la creación de una *app* de la ARU, en la que tengan lugar todas las emisoras pertenecientes a la misma.

Asimismo, indica Fidalgo (2012: 134) que las emisoras de radio universitaria fueron el principal motor de la aparición en España de radios por internet y ahora deben ser el motor del impulso de las aplicaciones que les permitan entrar en el proceso de comunicación móvil.

Como ejemplo evolutivo de emisora universitaria, cuyo planteamiento organizativo y didáctico se enfoca al aprendizaje de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, señalaremos la experiencia de la 98.3, la estación universitaria de la Universidad de Navarra. Según De Lorenzo (2012:187-188), ya en 1.999 contaba con tres estudios destinados al uso exclusivo de la emisora y otros dos, para el uso compartido con las asignaturas de radio de la facultad. Los estudios estaban dotados con una red informática basada en el programa de AEQ Mar4 WIN, que permitía sus redactores la edición y montaje de sonido digital. El director de la emisora habla de que, incluso el equipamiento técnico utilizado en ese momento, se correspondía con el empleado en emisoras nacionales, como las mesas AEQ BC 2500 y BC 2111. La alta frecuencia también se ajustaba con los estándares de la industria, como por ejemplo el uso de RDS para la identificación de la emisora. La informatizada redacción incorporaba el correo electrónico como herramienta de trabajo habitual ya en 1.999, y el servicio de teletipos a través de un servidor central. Además la radio también probó en su actividad normal, las nuevas tecnologías como la RDSI para la retransmisión de grandes acontecimientos universitarios y hasta de partidos de fútbol. Se trata de avances tecnológicos muy reseñables dado que se desplegaba la última tecnología de la época puesta al servicio de los alumnos en una emisora universitaria.

En cuanto a la incorporación de la emisora a internet, desde el año 2003 emitía para el campus universitario, y ya en 2005 contó con página web. Según De Lorenzo la página web debía ser entre otras cosas un producto cuidado y elaborado por personas de la emisora que debía tener calidad, además de ser un instrumento complementario para la emisión de contenidos que por su extensión o naturaleza no resultaban adecuados para su emisión vía FM. Desde el 2007, momento en el que se diseñó una página web en Dreamweaver, se fue actualizando hasta albergar gran parte de la programación disponible en forma de *podcast* (De Lorenzo, 2012:187-188).

En el año 2015, parece inconcebible la idea de la existencia de la radio FM sin presencia en internet, por lo que, refiriéndonos a nuestro tema de estudio, en cuanto a la formación de profesionales de la Comunicación en materia radiofónica, sería conveniente que los estudiantes adquiriesen los conocimientos necesarios para saber desenvolverse en el medio cibernético como aprendizaje necesario en un mercado laboral cada vez más competitivo.

7.3- Software para la emisora

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE) la definición de *software* es: “Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora”. Para que una emisora de radio funcione, es necesario contemplar varios tipos *software* o programas. Por un lado para poder emitir con continuidad, se hace necesario un programa que contenga cartucheras en las que cargar contenidos pregrabados como *jingles* o cuñas publicitarias, incluso la música que se va a lanzar al aire, además como es lógico de un *software* que permita la grabación y edición de sonidos. Lo normal hoy en día es tener presencia en internet, para lo cual necesitamos el uso de una plataforma que permita compartir con el público los *podcast*, así como un servidor que permita alojarlos, incluso que ofrezca la posibilidad de escuchar la radio en directo on line.

Para este apartado, abordaremos el caso de Radio Campus, la emisora universitaria de la Universidad de La Laguna de Tenerife, una estación cuyo funcionamiento se basa íntegramente en *software* libre y gratuito. Realizaremos un breve repaso por la evolución tecnológica de la emisora, pues es importante para esta investigación contemplar cómo una emisora de radio universitaria puede funcionar a coste cero desde el punto de vista técnico. Según De La Cruz (2012: 281-285), Ingeniero Técnico de Informática de Gestión de dicha universidad, los inicios de la emisora, en lo que a equipamiento tecnológico se refiere, fueron precarios. Desde que en 1.999 adquieren el primer ordenador con suficiente capacidad y potencia multimedia para convertirse en el eje de la continuidad musical de la emisora, la evolución ha sido considerable. Como reproductor multimedia se utilizaba el Winamp, privado pero gratuito, y un estudiante del antiguo Centro Superior de Informática, implementó para la estación y de manera altruista, una aplicación a la que bautizaron como RadioTOM, herramienta totalmente dependiente del sistema operativo Windows, que controlaba al gestor multimedia para operar la continuidad, realizando tareas de emisión de selecciones musicales aleatorias o pre-establecidas, la reproducción automática de publicidad, y ayudando también en la emisión en directo parando cualquier reproducción en curso para dar paso al locutor. Esta aplicación se mejora en el año 2003 para posibilitar la emisión en diferido, coincidiendo con el comienzo de la etapa en la que se utiliza el ordenador para realizar grabaciones y editarlas digitalmente con Audacity, también gratuito.

Afirma De la Cruz, que en el año 2004 de forma pionera en el territorio español, Radio Campus inicia su emisión diaria por internet 24 horas, lo que les permitió llegar al resto del mundo, y de paso, a los lugares del campus a los que no llegaba su emisión por FM. Para poner en marcha la radio por internet optaron por el servidor de audio IceCast, en modo *streaming*, también *software* libre y gratuito. A finales de 2005 Radio Campus disponía de dos estudios, ambos al fin equipados cada uno con un equipo informático dotado con los programas mencionados.

Ante una actualización inminente del sistema Windows instalado, que requería adquisición de nuevas licencias gestionadas por la propia universidad de La Laguna, se plantean el paso a un sistema operativo también libre, Linux, lo que obliga a sustituir Winamp por XMMS debido a la incompatibilidad del mismo con el nuevo sistema. Lo que llevó a una nueva remodelación RadioTOM para poder trabajar en el nuevo sistema operativo. Ya en el año 2006, se decide adoptar un sistema de gestión de contenidos llamado Joomla!, que según aclara De la Cruz, permitía separar el diseño y visualización de la información en el entorno web, de la gestión de dicha información, por lo que una persona no conocedora de tecnologías web puede gestionar sin problemas los contenidos a publicar, basado en tecnologías libres (De La Cruz, 2012: 281-285).

En resumen, tras varios años de evolución en busca del ahorro económico debido al escaso presupuesto asignado a la emisora universitaria, así como a las necesidades de “libertad” en el uso de *software*, en el año 2.012 en Radio Campus, se trabajaba con Linux como sistema operativo, XMMS como reproductor multimedia, Audacity como *software* de grabación y edición digital, RadioTOM como gestor de continuidad, IceCast como servidor de audio y Joomla! como gestor de contenidos web.

A tener en cuenta en la elaboración de esta investigación es el caso de la 98.3, emisora de radio de la Universidad de Navarra, también en el ámbito del *software* utilizado para su funcionamiento. Al margen de los programas GDS.net, APL y PRM dedicados a la clasificación y creación de pautas musicales, nos referimos al sistema de gestión de microespacios que ellos utilizan.

De Lorenzo (2012: 185-202) apunta que se trata de una solución a la gestión de treinta microespacios diarios insertados en una parrilla 24 horas que se alternan con radiofórmula musical. Para ello crearon dos programas:

uno para la creación de programación en función de una plantilla teórica y otro para la gestión de los *podcast*, ambos compartiendo los mismos datos mediante la red de la redacción. El primero denominado internamente por ellos “Base 1.0”, organizaba la semana en función de unas pautas teóricas. Cuando se introducían estas pautas hipotéticas, la redactora jefe eliminaba y añadía emisiones de microespacios en función de si los contenidos habían sido grabados o de los cambios del momento. Según el autor, el programa gestionaba la información, pero tenía algunas deficiencias. No comprobaba si los microespacios existían y su salida, eran unas pautas de emisión que había que cargar en el ordenador de emisión. Sin embargo, afirma que la productividad se multiplicó respecto a lo que supondría realizar las pautas manualmente. En la entrevista realizada a Ignacio De Lorenzo,⁵⁰ nos confirma que ya han sido solucionados estos problemas, por los que el programa es capaz de detectar un audio, convertirlo a mp3 y cargarlo, incluso habiendo sido precargado en la plantilla antes de que exista. El otro programa denominado Podcaster 1.0 además de crear nuevos archivos XML, permitía revisar los microespacios generados, comprobar si estaban o no colgados en la web y generar todos los *podcast*.

Existen en el mercado actualmente una amalgama de programas que permiten obtener un control total de la emisora. Entre los más conocidos se encuentra ZaraRadio, *software* libre, utilizado en infinidad de centros educativos en los que se imparten especialidades de sonido. También se utilizan en las estaciones de radio comerciales programas profesionales de pago como por ejemplo DALET, utilizado en la Cadena SER, que permite desde un mismo entorno realizar labores de edición, grabación y emisión, entre otras. Se trata por lo tanto de buscar la solución acorde a la emisora universitaria, en función del presupuesto y la capacidad tecnológica de la que se quiera dotar a la estación de radio.

⁵⁰ De Lorenzo, I. (12,13, 23 de Enero de 2015). Entrevista Director 98.3. (R. Pinto, Entrevistadora)

8- La formación de los alumnos en las radios universitarias españolas

Resulta imperativo, teniendo en cuenta los objetivos de esta investigación, averiguar cómo se lleva a cabo la tarea de formar estudiantes en las radios universitarias españolas, así como profundizar en qué planes formativos e iniciativas de la misma naturaleza se han puesto en marcha en dichas emisoras.

En un estudio publicado sobre qué requiere un estudiante de la titulación de Periodismo para su mejor inserción en el mercado laboral, realizado en la Comunidad de Madrid, por Ortiz, Peinado y Zapata (2015: 51-63), obtenemos una visión clara de cuáles son las demandas de las empresas cuando solicitan becarios o estudiantes en prácticas. En dicha investigación se afirma que la Comunidad de Madrid es un excelente laboratorio de estudio para este campo, por acoger al mayor número de periodistas en paro, por encima de Andalucía y Cataluña. Basado en los datos arrojados por el Centro de Orientación y Empleo de la Universidad Complutense de Madrid, sobre los alumnos de facultad de Ciencias de la Información que realizan prácticas en empresas que mantienen acuerdos de colaboración con la UCM, los autores apuntan que con datos de los años 2012-2013, en los medios audiovisuales radio y televisión, los perfiles demandados históricamente han sido redactores, locutores y productores, cuando se realiza una demanda empresarial de becarios para realizar una única función.

Por otro lado, en esta investigación, observamos que entre las principales ocupaciones se encuentra la redacción y locución en radio que ocupa el segundo lugar, en un *ranking*, en el que en el primer puesto se sitúa la redacción en prensa diaria impresa. Por otra parte, los autores contemplan que, cuando la demanda se centra en becarios “multifunción” la redacción y locución en radio queda en el puesto número 9, estando sin embargo en el puesto número 2 de esta tabla, la redacción y locución en televisión. El primer lugar de esta tabla, referida a las funciones realizadas por los alumnos ante la

demanda de becarios multifunción en las empresas, lo ocupa la redacción en instituciones públicas y privadas.

En este estudio, entre las 15 funciones más frecuentes que aparecen según número de apariciones en los contratos, los cuatro primeros puestos los ocupan las siguientes (Ortiz, Peinado y Zapata, 2015: 66):

1. Redacción en prensa diaria impresa.
2. Redacción y locución en televisión.
3. Redacción en instituciones públicas privadas.
4. Redacción y locución en radio.

Como podemos observar, la redacción y la locución como funciones, son de una importancia primordial a la hora de realizar prácticas en empresas, lo que podríamos extrapolar al mercado laboral español. Esta idea refuta nuestro enfoque sobre la importancia de que una facultad de alberga estudios de Ciencias de la Comunicación apoye la creación o el mantenimiento de una emisora universitaria con un plan de prácticas que le permita al alumno experimentar y aprender antes de incorporarse al mercado laboral. Aunque se encuentra entre los objetivos de estas prácticas en empresa que el alumno obtenga un aprendizaje práctico, a nuestro juicio, no estaría de más que el estudiante que se incorpore haya explorado con antelación a la incorporación a este tipo de prácticas cuál es el campo de su interés, cuál es su vocación, y en qué registro se encuentra más cómodo. Para todo ello una emisora de radio universitaria, tal y como planteamos en esta tesis doctoral, puede ser el laboratorio perfecto.

No obstante, teniendo en cuenta la situación del mercado laboral español en estos momentos, resulta complicada la tarea de conseguir un empleo relacionado con sus estudios para los alumnos de Ciencias de la Comunicación, ya que nos encontramos ante un sector que desgraciadamente se ha precarizado, en parte gracias a la situación de crisis económica que atraviesa España en la actualidad.

Ante este contexto, una buena formación teórica y práctica apoyada por, al menos, un medio de comunicación propio de la universidad, puede constituir la fórmula perfecta para que los estudiantes sobre los que se centra esta investigación obtengan un empleo.

8.1- Planes de estudio y emisoras de radio universitarias

En julio de 2004 sumaban un total de 40 las universidades españolas que ofrecían algunas de las titulaciones de comunicación existentes como son Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas (ANECA, 2004: 26).

Hoy en día se nos plantea una realidad diferente. Para nuestra investigación es interesante saber cuántas universidades ofertan las titulaciones de Comunicación Audiovisual, Periodismo o ambas y cuáles poseen emisora de radio universitaria. Nos centramos en las universidades que ofertan las titulaciones de Grado en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, puesto que se pretende implementar un modelo didáctico y formativo de radio universitaria dirigido a los alumnos de estas especialidades.

En el curso 2014/2015, suman un total de 42 las universidades españolas que ofertan el título de Graduado en Comunicación Audiovisual y 40 las que ofrecen el título de Periodismo. En la siguiente tabla reflejamos las universidades que poseen emisora universitaria y las titulaciones que ofertan.⁵¹

UNIVERSIDADES, TITULACIONES DE COMUNICACIÓN Y EMISORAS UNIVERSITARIAS		
UNIVERSIDAD	TITULACIÓN DE GRADO EN	RADIO UNIVERSITARIA
Universidad de La Laguna	<ul style="list-style-type: none"> Periodismo 	Radio Campus
Universidad Complutense de Madrid	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	InfoRadio UCM

⁵¹ Elaboración propia según datos de <http://www.universidad.es/> y <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/> Recuperado el 30 de Octubre de 2014.

Universidad de Salamanca	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual 	Radio Universidad
Universidad de Navarra	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	98.3 Radio
Universidad de León	No	Radio Universitaria
Universidad Europea de Madrid	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Europea Radio
Universitat Politècnica de València	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual 	UPV Ràdio
Universitat Jaume I	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Vox UJI Ràdio
Universidad de Extremadura	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual 	Onda Campus Radio
Universidad CEU Cardenal Herrera	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Radio CEU Valencia
Universidad de Huelva	No	UniRadio Huelva
Universitat Pompeu Fabra	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	UPF Radio
Universidad Miguel Hernandez	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Radio UMH
Universidad de Alcalá	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual 	RUAH Alcalá
Universidad Rey Juan Carlos	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Radio URJC
Universidad Católica San Antonio de Murcia	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	iRadio UCAM
Universidad de Almería	No	Radio Universidad.es
Universidad de Jaén	No	UniRadio Jaén
Universidad CEU San Pablo	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	OnCEU Radio
Universidad de Cantabria	No	Radio SIDE
Universidad de Zaragoza	<ul style="list-style-type: none"> Periodismo 	Radio.Unizar.es
Universitat de València	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Radio Universitat
Universidad San Jorge Zaragoza	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Audiovisual Periodismo 	Radio USJ
Universidad de Valladolid	<ul style="list-style-type: none"> Periodismo 	Radio UVA

Fuente: Elaboración propia, según datos de www.universidad.es y <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/>.

Cada universidad posee un plan de estudios diferente para los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo respectivamente. En este apartado del trabajo realizado, hemos identificado en cada plan de estudios de cada una de las universidades españolas que poseen radio universitaria, las asignaturas que contengan la palabra “radio” o derivados de la misma (radiofónico/radiofónica) y/o la palabra “locución”. Este aspecto es interesante

para este estudio, puesto que el nombre o la nomenclatura de una asignatura es el primer contacto que tiene un alumno con la misma, por lo que entendemos que, un estudiante cuya intención es aprender cómo funciona la radio, escogerá asignaturas que contengan en su nomenclatura dicho término o en su defecto el vocablo, locución. En los casos en los que fue posible, durante la investigación se contrastaron los datos obtenidos mediante las webs de cada universidad con los responsables de las emisoras universitarias con el fin de obtener información sobre la convergencia entre las asignaturas de radio y la propia radio universitaria.

Debido a que el estudio de caso seleccionado para esta investigación lo constituye la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Málaga, que no posee radio universitaria, la incluimos en este apartado para poder hacer uso del método comparativo.

Universidad de Málaga

La Universidad de Málaga oferta el Grado en Comunicación Audiovisual y el Grado en Periodismo. A continuación mostramos en tablas las asignaturas relacionadas con nuestro objeto en cada titulación.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSIDAD DE MÁLAGA⁵²				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Formatos Radiofónicos	3º /4º	1	Optativa	6

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO UNIVERSIDAD DE MÁLAGA⁵³				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Técnicas del Mensaje en Radio y Televisión	2º	2	Obligatoria	6
Periodismo Audiovisual: Radio	3º	1	Obligatoria	6
Locución Periodística	3º/4º	2	Optativa	6

⁵² Grado en Comunicación Audiovisual UMA. (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://www.uma.es/grado-en-comunicacion-audiovisual/info/9727/plan-de-estudios-comunicacion-audiovisual/>

⁵³ Grado en Periodismo UMA. (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://www.uma.es/grado-en-periodismo/info/9507/plan-de-estudios-periodismo/>

Universidad de Extremadura

La Universidad de Extremadura oferta un Grado en Comunicación Audiovisual. Aunque las asignaturas que figuran en la tabla son las que cumplen con los requisitos de contener en su nomenclatura las palabras radio o locución, la asignatura obligatoria de 3º titulada Guión cuyo valor en créditos ECST es de 6, trabaja conjuntamente con la emisora las prácticas de los alumnos,⁵⁴ por lo que podríamos decir que en ocasiones, aunque la nomenclatura de la asignatura no mencione específicamente la palabra radio o derivados de ella, se tocan sin demasiada profundidad aspectos que tienen que ver con la misma.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA ⁵⁵				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Realización en Radio	4º	1	Obligatoria	6
Técnicas de Locución	No consta	1	Optativa	6

Universidad de La Laguna

La Universidad de La Laguna oferta un Grado en Periodismo. Según el director de la emisora universitaria de la Universidad de La Laguna,⁵⁶ las asignaturas carecen de relación con la emisora Radio Campus.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA ⁵⁷				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Comunicación Audiovisual: Tv y Radio Informativa	1º	2	Obligatoria	6
Locución y Presentación	3º	2	Optativa	6

⁵⁴ Martín, D. (16 de Diciembre de 2014). Entrevista Director Onda Campus. (R. Pinto Zúñiga, Entrevistadora)

⁵⁵ Grado en Comunicación Audiovisual UEX. (s.f.). Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de http://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/alcazaba/info_academica_centro/titulaciones/info_titulacion?idCentro=17&idTitulacion=G07&idPlan=1704

⁵⁶ Capote, L. J. (8 de Enero de 2015). Entrevista Director Radio Campus. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁵⁷ Grado en Periodismo ULL. (s.f.). Recuperado el 8 de Enero de 2015, de http://www.ull.es/view/centros/cci/Plan_de_estudios/es

Universidad Complutense de Madrid

La Universidad Complutense de Madrid oferta el Grado en Comunicación Audiovisual y el Grado en Periodismo. En el Grado en Comunicación Audiovisual no se observa ninguna asignatura que contenga los requisitos requeridos en este apartado de la investigación.⁵⁸ Las asignaturas que se imparten en esta universidad no están unidas a la radio, solo es así cuando hay en marcha determinados programas de Innovación Educativa.⁵⁹

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID ⁶⁰				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Información en radio	3º	No consta	Obligatoria	6

Universidad Politécnica de Valencia

La Universidad Politécnica de Valencia oferta el Grado en Comunicación Audiovisual. Según su directora, en la radio universitaria, si superan el filtro previo, se emiten algunos de los programas pregrabados por los alumnos en el campus de Gandía pero físicamente no pasan por la radio.⁶¹

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA ⁶²				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Expresión oral y locución en castellano	1º	1	Optativa	4,5
Expresión oral y locución en valenciano				
Proceso de realización Radiofónica	1º	1	Obligatoria	4,5
Taller de formatos radiofónicos	4º	1	Optativa	5

⁵⁸ Grado en Comunicación Audiovisual UCM. (s.f.). Recuperado el 9 de Enero de 2015, de <http://www.ucm.es/estudios/grado-comunicacionaudiovisual-plan>

⁵⁹ Ortiz, M. Á. (15 de Enero de 2015). Entrevista Director InfoRadio. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁶⁰ Grado en Periodismo UCM. (s.f.). Recuperado el 9 de Enero de 2015, de <http://www.ucm.es/estudios/grado-periodismo-plan>

⁶¹ Revillo, C. (21 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora UPV Ràdio. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁶² Grado en Comunicación Audiovisual UPV. (s.f.). Recuperado el 9 de Enero de 2015, de <http://www.upv.es/titulaciones/GCOA/info/PlanEstudioS.pdf>

Universidad de Navarra

La Universidad de Navarra oferta planes de estudios cuyas asignaturas de radio están directa y oficialmente relacionados con la radio universitaria, la 98.3, tanto en el Grado en Comunicación Audiovisual como en el Grado en Periodismo, a excepción de “Técnicas de Locución”, que envía sus piezas a la emisora, pero no se trabajan en la radio.⁶³ Las asignaturas que se detallan a continuación cumplen con los requisitos de contener en su nomenclatura las palabras *radio* o *locución*. Se trata de la universidad que más asignaturas relacionadas con la radio oferta.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA ⁶⁴				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Comunicación radiofónica y audiovisual	1º	2	Obligatoria	6
Creatividad radiofónica y sonora	3º	1	Obligatoria	3
Radio especializada	3º	2	Optativa	3
Realización Radiofónica	3º	1	Optativa	3
Técnicas de locución	3º	1	Optativa	3

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA ⁶⁵				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Comunicación radiofónica y audiovisual	1º	2	Obligatoria	6
Información para Radio y TV	2º	2	Obligatoria	6
Géneros y programas de radio	3º	1	Obligatoria	6
Producción radiofónica	4º	1	Obligatoria	3
Radio especializada	3º	2	Optativa	3
Realización Radiofónica	3º	1	Optativa	3
Técnicas de locución	3º	1	Optativa	3

Universidad Europea de Madrid

En la Universidad Europea de Madrid, nos encontramos con el Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia, mientras que el Grado en Periodismo

⁶³ De Lorenzo, I. (12,13,23 de Enero de 2015). Entrevista Director 98.3. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁶⁴ Grado en Comunicación Audiovisual UNAV. (s.f.). Recuperado el 12 de Enero de 2015, de <http://www.unav.edu/web/grado-en-comunicacion-audiovisual/plan-de-estudios/asignaturas>

⁶⁵ Grado en Periodismo UNAV. (s.f.). Recuperado el 12 de Enero de 2015, de <http://www.unav.edu/web/grado-en-periodismo/plan-de-estudios/asignaturas>

conserva la nomenclatura clásica. No hemos tenido en cuenta para este estudio las asignaturas existentes en los dobles grados que oferta dicha universidad. Las asignaturas de radio están totalmente ligadas a la emisora mediante las prácticas de las mismas.⁶⁶

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID⁶⁷				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Producción y realización en radio	2º	No consta	Básica	6
Emisión de radio	2º	No consta	Obligatoria	6
Radio especializada	No consta	No consta	Optativa	6
Todo noticias en radio	No consta	No consta	Optativa	6
Radio deportiva	No consta	No consta	Optativa	6

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID⁶⁸				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Producción y realización en radio	2º	No consta	Obligatoria	6
Laboratorio de radio	2º	No consta	Obligatoria	6
Locución y presentación	4º	No consta	Obligatoria	3
Todo noticias en radio	No consta	No consta	Optativa	6
Radio deportiva	No consta	No consta	Optativa	6
Radio especializada	No consta	No consta	Optativa	6

Universidad de Salamanca

La Universidad de Salamanca oferta el Grado en Comunicación Audiovisual. Según su coordinadora, Elena Villegas,⁶⁹ las asignaturas que se

⁶⁶ Ceballos, J. J. (14 de Enero de 2015). Entrevista Coordinador Europea Radio. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁶⁷ Grado en Comunicación Audiovisual UEM. (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-comunicacion-audiovisual-y-multimedia>

⁶⁸ Grado en Periodismo UEM. (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-periodismo>

⁶⁹ Villegas, E. (16 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio Universidad. (R. Pinto, Entrevistadora)

exponen a continuación no tienen relación con la radio. En ocasiones los alumnos acuden a la emisora a hacer un programa, pero no está oficialmente vinculada a ninguna materia. Afirma que las asignaturas mantienen con la radio una estrecha relación, pero que asignaturas y emisora se desarrollan de manera independiente.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIEVRSIDAD DE SALAMANCA⁷⁰				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Producción y realización en radio	2º	2	Obligatoria	6
Estrategias de programación en radio y televisión	4º	1	Obligatoria	6
Guión y narrativa radiofónica	3º/4º	No consta	Optativa	6
Géneros radiofónicos	3º/4º	No consta	Optativa	6
Locución y redacción en medios audiovisuales	3º/4º	No consta	Optativa	6

Universidad Jaime I

En la Universidad Jaime I se ofertan los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo. En esta emisora no tienen prácticas asociadas a la radio universitaria. Afirma su coordinadora Carmen Aparisi,⁷¹ que la radio es un medio institucional de la universidad abierto a todos los que quieran colaborar, pero las prácticas de las asignaturas las hacen en las instalaciones específicas para ello instalaciones, aunque, por otro lado indica que e se podrían aprovechar algunos trabajos para emitirlos en la radio, de momento no existe esa coordinación.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIEVRSIDAD JAUME I⁷²				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Teoría y Técnica de la radio y de la televisión	2º	No consta	Obligatoria	No consta
Programación en Radio y Televisión	3º	No consta	Obligatoria	No consta
Edición y producción de programas informativos en radio y televisión	3º	No consta	Obligatoria	No consta

⁷⁰ Grado en Comunicación Audiovisual USAL. (s.f.). Recuperado el 16 de Enero de 2015, de <http://www.usal.es/webusal/files/Plan%20estudios%20Comunicacion%20Audiovisual.pdf>

⁷¹ Aparisi, M. C. (22 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Vox UJI Ràdio. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁷² Grado en Comunicación Audiovisual UJI. (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.uji.es/bin/infoest/estudis/grau/esp/csj/com.pdf#page=2>

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIEVRSIDAD JAUME I ⁷³				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Información radiofónica	2º	No consta	Obligatoria	No consta
Edición y producción de programas informativos en radio y televisión I	3º	No consta	Obligatoria	No consta
Edición y producción de programas informativos en radio y televisión II	4º	No consta	Obligatoria	No consta
Locución en radio y televisión	4º	No consta	Optativa	No consta

Universidad Católica San Antonio de Murcia

La Universidad Católica San Antonio de Murcia oferta tanto el Grado en Comunicación Audiovisual como el Grado en Periodismo. En la búsqueda de las premisas indicadas en el plan de estudios de Comunicación Audiovisual no hemos obtenido resultados, de forma que no se encuentran asignaturas en dicho plan que contengan expresamente las palabras radio o locución. En el caso de la titulación de Grado en Periodismo, encontramos una coincidencia.

Debemos señalar, que según su coordinadora, Isabel María García,⁷⁴ aunque en la titulación de Comunicación Audiovisual hay escasa carga docente de radio, hay asignaturas que no contienen la palabra radio pero que las docentes especialistas en la materia han conseguido ir introduciendo. Explica que en los Grados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, los tres años son comunes, produciéndose en el cuarto curso la especialización en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Publicidad. Por ello indica que desde el primer curso introducen contenidos específicos de radio en asignaturas que no llevan este vocablo en la nomenclatura, como por ejemplo “Fundamentos de la comunicación” donde se divide la mitad de las asignaturas en radio y la otra mitad en televisión, en la que los alumnos realizan las primeras prácticas de radio. Algo similar ocurre en la materia “Narrativa Audiovisual”, en la que se trabaja de manera

⁷³ Grado en Periodismo UJI. (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.uji.es/bin/infoest/estudis/grau/esp/csj/perio.pdf#page=2>

⁷⁴ García, I. M. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora iRadio UCAM. (R. Pinto, Entrevistadora)

específica el lenguaje propio del medio radio y con pinceladas de conocimiento técnico, así como en “Redacción Audiovisual” y en “Programas Informativos”.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA ⁷⁵				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Información en radio	3º	1	Obligatoria	6

Universidad Miguel Hernández de Elche

El curso 2014/2015 es el primero en que la Universidad Miguel Hernández de Elche oferta la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual. Observamos que en su plan de estudios no hay coincidencias con los términos que analizamos.⁷⁶ Por otro lado, se oferta también desde esta universidad el Grado en Periodismo, en el que se encuentra una sola coincidencia con los criterios mencionados.

Debemos señalar que pese a ello hay asignaturas que tienen una relación estrecha con la radio universitaria como son “Periodismo radiofónico”, del Grado en Periodismo, o “Literatura”, de primero del mismo título, que habitualmente solicita el uso de los estudios de radio para realizar sus prácticas. En el caso de la asignatura de “Literatura”, sí se emite un programa, pero en el caso de “Periodismo Radiofónico” las prácticas se cuelgan en *podcast* pero no se emiten por *streaming* ni por FM, según afirma su coordinadora Sonia Martínez.⁷⁷

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE ⁷⁸				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Periodismo radiofónico	2º	2	Obligatoria	6

⁷⁵ Grado en Comunicación Audiovisual UCAM. (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.ucam.edu/estudios/grados/audiovisual-presencial/plan-de-estudios>

⁷⁶ Grado en Comunicación Audiovisual UMH. (s.f.). Recuperado el 18 de Mayo de 2015, de http://www.umh.es/contenido/Visitantes/tit_g_242_R1/datos_es.html

⁷⁷ Martínez, S. (20 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio UMH. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁷⁸ Grado en Periodismo UMH. (s.f.). Recuperado el 18 de Mayo de 2015, de http://www.umh.es/contenido/Visitantes/curso_140_1_2/datos_es.html

Universidad San Jorge de Zaragoza

La Universidad San Jorge de Zaragoza oferta por primera vez en el curso 2014/2015 el Grado en Comunicación Audiovisual. Por este motivo, aunque plasmaremos en la tabla las asignaturas que según su plan de estudios contienen la palabra radio o locución, contemplamos que solo se han podido impartir las del primer curso de grado. En esta universidad también se oferta el Grado en Periodismo y encontramos en este caso dos coincidencias con los ítems seleccionados para este estudio. En palabras de su director, Bruno Aceña,⁷⁹ el equipo que dirige actualmente la Facultad de Comunicación considera que la radio no es audiovisual. Añade que la asignatura “Teoría y técnica de la radio” será común en los tres Grados de Ciencias de la Comunicación y que de momento las asignaturas de radio no tienen relación con la emisora, a excepción de la que él mismo imparte.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIEVRSIDAD SAN JORGE DE ZARAGOZA ⁸⁰				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Teoría y Técnica de la radio	2º	No consta	Obligatoria	6

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO UNIVERSIDAD SAN JORGE DE ZARAGOZA ⁸¹				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Locución radiofónica	4º	No consta	Optativa	3
Radio y televisión informativa	4º	No consta	Optativa	6

Universidad Cardenal Herrera

La Universidad Cardenal Herrera ofrece los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo respectivamente. En cuanto a la relación de las asignaturas con la radio, Ángels Álvarez⁸² indica que en la asignatura que imparte, “Diseño de producción musical y creación radiofónica”, las prácticas

⁷⁹ Aceña, B. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio USJ. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁸⁰ Grado en Comunicación Audiovisual USJ. (s.f.). Recuperado el 23 de Enero de 2015, de <http://www.usj.es/estudios/grados/comunicacionaudiovisual>

⁸¹ Grado en Periodismo USJ. (s.f.). Recuperado el 23 de Enero de 2015, de <http://www.usj.es/estudios/grados/periodismo>

⁸² Álvarez, A. (17 de Febrero de 2015). Entrevista Codirectora Radio CEU. (R. Pinto, Entrevistadora)

destacadas se emiten por la emisora. Realiza un planteamiento interesante para esta investigación, en el que indica que en las asignaturas no da tiempo a impartir todos los materiales que quisiera. Por este motivo se plantean la posibilidad de hacerlo mediante seminarios como complemento del programa docente, aunque vaticina que el problema en este caso vendrá dado por la compatibilidad de los horarios de los alumnos con dicho seminario.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA⁸³				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Teoría y técnica radiofónica	2º	2	Obligatoria	6
Historia de la radio y la televisión	3º	1	Obligatoria	6
Diseño de producción musical y creación radiofónica	4º	2	Obligatoria	6

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA⁸⁴				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Teoría y técnica radiofónica	2º	1	Obligatoria	6
Periodismo en radio	3º	1	Obligatoria	6

Universidad de Valladolid

En la Universidad de Valladolid se imparte el grado en Periodismo, en el que ubicamos tan sólo una referencia que coincida con los ítems investigados. Según su directora, Nereida López,⁸⁵ la asignatura “Radio Informativa” que ella misma imparte es la única estrictamente vinculada a la radio universitaria.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID⁸⁶				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Radio Informativa	2º	1	Obligatoria	6

⁸³ Grado en Comunicación Audiovisual CEU UCH. (s.f.). Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de <http://www.uchceu.es/estudios/grado/comunicacion-audiovisual/plan-estudios/valencia/primer-curso>

⁸⁴ Grado en Periodismo CEU UCH. (s.f.). Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de <http://www.uchceu.es/estudios/grado/periodismo/plan-estudios/valencia/primer-curso>

⁸⁵ López, N. (02 de 02 de 2015). Directora Onda Universitaria Radio Universidad de Valladolid. Radio UVA. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁸⁶ Grado en Periodismo UVA. (s.f.). Recuperado el 30 de Enero de 2015, de <http://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/2.01.02.01.al.fabetica/Grado-en-Periodismo/>

Universidad de Alcalá de Henares

En la Universidad de Alcalá de Henares se oferta un Grado en Comunicación Audiovisual. Su director, Daniel Fernández,⁸⁷ apunta que la profesora que imparte las asignaturas de radio las vincula a la emisora mediante un taller.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSIDAD DE ALCALÁ DE HENARES ⁸⁸				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Técnicas de presentación y locución	3º	1	Optativa	6
Realización de informativos en radio y televisión	3º	2	Optativa	6

Universidad de Zaragoza

La Universidad de Zaragoza oferta un Grado en Periodismo. Según Carmen Marta-Lazo,⁸⁹ su directora, las asignaturas de radio son asignaturas genéricas donde también se cuenta con las charlas de profesionales de la Cadena SER, COPE, Aragón Radio o Radio Nacional así como que se realizan visitas a las emisoras. Por otra parte apunta que aquellos alumnos que lo desean, de manera paralela, no incorporada dentro de las asignaturas, pueden hacer prácticas en la radio.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA ⁹⁰				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Géneros Informativos en radio	2º	1	Obligatoria	6
Producción de informativos en radio	2º	1	Obligatoria	6
Reportero radiofónico	3º/4º	2	Optativa	6
Proyectos de comunicación especializada: Magazine radiofónico	4º	2	Optativa	9

⁸⁷ Fernández, D. (3 de Febrero de 2015). Entrevista Director RUAH Alcalá. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁸⁸ Grado en Comunicación Audiovisual UAH. (s.f.). Recuperado el 30 de Enero de 2015, de https://www.uah.es/estudios/asignaturas/1stAsignaturas_v3.asp?CodCentro=109&CodPlan=G641

⁸⁹ Marta-Lazo, C. (3 de Febrero de 2015). Entrevista Directora Radio UniZar.es. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁹⁰ Grado en Periodismo UNIZAR. (s.f.). Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de http://titulaciones.unizar.es/periodismo/cuadro_asignaturas.html

Universidad CEU San Pablo

La Universidad CEU San Pablo oferta los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo. En este caso, como indica Carmen Rodríguez,⁹¹ se realizan prácticas en todas las asignaturas de radio, especificando que en la asignatura “Producción y Realización en Radio” que imparte, algunos de los programas de ficción, magazines o reportajes se suben como programa a OnCEU Radio.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO ⁹²				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Radio	2º	No consta	Obligatoria	6
Producción y realización en radio	4º	No consta	Obligatoria	6

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO ⁹³				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Radio	2º	No consta	Obligatoria	6
Periodismo en radio y televisión	3º	No consta	Obligatoria	6

Universitat de València

En esta universidad se imparten los Grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo, existiendo varias coincidencias con los ítems del estudio. Según apunta Remei Castelló,⁹⁴ ninguna de las asignaturas, ni de Periodismo ni de Comunicación Audiovisual tienen relación con la radio universitaria.

⁹¹ Rodríguez, C. (18 de Febrero de 2015). Entrevista Profesora Colaboradora On CEU Radio. (R. Pinto, Entrevistadora)

⁹² Grado en Comunicación Audiovisual CEU USP. (s.f.). Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de <http://www.uspceu.com/es/estudios/grado/humanidades-y-ciencias-comunicacion/comunicacion-audiovisual/plan-de-estudios.php>

⁹³ Grado en Periodismo CEU USP. (s.f.). Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de <http://www.uspceu.com/es/estudios/grado/humanidades-y-ciencias-comunicacion/periodismo/plan-de-estudios.php>

⁹⁴ Castelló, R. (4 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio Universitat. (R. Pinto, Entrevistadora)

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA ⁹⁵				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Ideación y producción radiofónica	2º	2	Obligatoria	6
Teoría de la radio y la televisión	2º	2	Obligatoria	6
Realización radiofónica	3º	1	Optativa	4,5

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA ⁹⁶				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Informativos de televisión y Técnicas de locución y presentación	3º	2	Obligatoria	9
Magacín informativo en radio	3º	1	Obligatoria	6

Universidad Rey Juan Carlos

La Universidad Rey Juan Carlos oferta los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo. Aunque encontramos coincidencias con nuestra búsqueda, según su director, Manuel Sanchez,⁹⁷ ninguna de las asignaturas tiene relación con la radio. Tanto la coordinadora de programas como la coordinadora de informativos son profesoras de estas asignaturas pero no existe vínculo oficial entre las asignaturas y la radio. Sánchez justifica esta no relación entre materias y radio por la dinámica diferente que se sigue en la emisora universitaria, a su juicio totalmente distinta de la realidad docente.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS ⁹⁸				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Producción Audiovisual: televisión y radio	3º	2	Obligatoria	6
Creación y producción radiofónica	3º	2	Obligatoria	6

⁹⁵ Grado en Comunicación Audiovisual UV. (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/oferta-grados/oferta-grados/grado-comunicacion-audiovisual-1285846094474/Titulacio.html?id=1285847455638&plantilla=UV/Page/TPGDetaill&p2=2>

⁹⁶ Grado en Periodismo UV. (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/oferta-grados/oferta-grados/grado-periodismo-1285846094474/Titulacio.html?id=1285847461402&plantilla=UV/Page/TPGDetaill&p2=2>

⁹⁷ Sánchez, M. (10 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio URJC. (R. Pinto Zúñiga, Entrevistadora)

⁹⁸ Grado en Comunicación Audiovisual URJC. (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.urjc.es/estudios/grado/comunicacion/comunicacion.html>

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS ⁹⁹				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Géneros informativos en radio y televisión	3º	1	Obligatoria	6
Producción de programas informativos en radio	3º	2	Obligatoria	6

Universidad Pompeu Fabra

La Universidad Pompeu Fabra oferta tanto el Grado en Comunicación Audiovisual como el Grado en Periodismo. Encontramos varias coincidencias con nuestra búsqueda, como podemos observar en las tablas. En cuanto a la relación de las asignaturas con la radio universitaria, Josep María Palau, ¹⁰⁰ indica que existe el “Taller Integrado de Periodismo”, que se imparte en el tercer curso y dura el curso académico completo. Dentro del mismo se trabaja televisión, radio, prensa escrita, y medios digitales, en el que se producen contenidos para los cuatro medios durante todo el año. Este taller integrado incluye un 25% de prácticas de radio, de las cuales algunas son seleccionadas para ser colgadas como *podcast* en la radio universitaria.

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSIAD POMPEU FABRA ¹⁰¹				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Fundamentos de la creación radiofónica	2º	2	Obligatorio	4
Creación Radiofónica	3º/4º	2	Optativa	3

ASIGNATURAS DE RADIO O LOCUCIÓN INCLUIDAS EN EL GRADO EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD POMPEU FABRA ¹⁰²				
MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CARÁCTER	CRÉDITOS
Locución para Medios Audiovisuales	3º/4º	2	Optativa	4

⁹⁹ Grado en Periodismo URJC. (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.urjc.es/estudios/grado/periodismo/periodismo.html>

¹⁰⁰ Palau, J. M. (17 de Febrero de 2015). Entrevista Director UPF Ràdio. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁰¹ Grado en Comunicación Audiovisual UPF. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de http://www.upf.edu/facom/es/titulacions/comunicacio/grau-com_audiovisual/pla/

¹⁰² Grado en Periodismo UPF. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.upf.edu/facom/es/titulacions/periodisme/grau-periodisme/pla/>

De esta investigación, en la que hemos examinado cada plan de estudios de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo asignaturas cuya nomenclatura contuviese las palabras radio o derivados se la misma y/o locución, destacamos que la Universidad de Navarra así como la Universidad Europea de Madrid poseen los modelos más avanzados de formación reglada asociada a la radio universitaria mediante asignaturas, contando con entre cinco y siete asignaturas relacionadas con la radio por titulación.

Por otra parte, debemos mencionar que cuando los responsables de la emisora universitaria son docentes de la universidad, procuran que la/s asignatura/s de radio que imparten estén asociadas a la radio universitaria de un modo u otro. Hay universidades en las que no se concibe esta unión reglada de asignaturas y radio universitaria, como por ejemplo la Universidad Rey Juan Carlos, en la que por filosofía, la radio universitaria no es una plataforma de emisión de prácticas de asignaturas.

Además, es recurrente en algunos casos que el Grado en Comunicación Audiovisual no contenga asignaturas que coincidan con nuestros criterios de búsqueda, tal y como ocurre en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Católica de Murcia o la Universidad Miguel Hernández de Elche. En las titulaciones de Periodismo sí suele darse al menos una coincidencia, es decir, al menos una asignatura cumple con los requisitos investigados. En datos generales, los grados suelen ofrecer al menos una asignatura que contenga nuestros criterios de búsqueda en sus planes de estudio, siendo en la mayoría de los casos entre dos y tres las materias impartidas que coincidan entre las dos titulaciones investigadas. Finalmente, la relación directa de las asignaturas con la radio, reglada y oficial se da en el 60% de los casos, frente al 40% restante en el que dichas asignaturas están totalmente desvinculadas de la emisora.

8.2- Universidades con planes de estudios unidos a la radio universitaria

En este apartado abordaremos los casos de las emisoras de la Universidad de Navarra por un lado, y de la Universidad Europea de Madrid por otro. Se trata de dos universidades que vinculan directa y oficialmente los planes de estudios de las titulaciones de Comunicación Audiovisual y Periodismo con sendas radios universitarias, motivo por el cual serán tratados de una forma más detallada a continuación. A nuestro juicio, es imprescindible contemplar la evolución de estas emisoras, ya que no se trata de Proyectos de Innovación Educativa (sujetos a renovación) o asignaturas ligadas a la radio por vocación/criterio del docente que las imparte, se trata de planes de estudios en los que se contempla el trabajo práctico en la emisora universitaria a través de las asignaturas de forma reglada.

8.2.1- 98.3 Radio Universidad de Navarra

La 98.3, llamada en sus inicios Radio Universidad de Navarra, como ya se ha mencionado anteriormente posee planes de estudios, tanto en Comunicación Audiovisual como en Periodismo que están totalmente ligados a la emisora de radio mediante las asignaturas relacionadas con la materia radiofónica. Como la mayoría de las emisoras de radio universitarias, la 98.3 ha pasado por varias fases desde sus inicios. En 1999, año de su creación, con una frecuencia concedida por el Gobierno de Navarra, y después del periodo de emisiones en pruebas de rigor, nace una emisora con un equipo humano amplio en comparación a las otras estaciones de radio universitarias, en palabras de su director:

La emisora contaba con una docena de redactores que realizaba una programación basada en el magazine (con al menos 12 horas en este tipo de programa). Esta base de programación se completaba con unos servicios informativos con boletines horarios, dos informativos de resumen de una hora cada uno y un informativo deportivo de una hora. Se trataba de un modelo de emisora local único en España y en prácticamente toda Europa. (De Lorenzo, 2012: 187)

Según De Lorenzo (2012: 193-195), en el año 2007, debido a un ajuste de personal en la emisora y a la revolución digital observada en los jóvenes y su relación natural con el mundo digital, se produce un cambio de programación en la estación que combina música y microespacios, estos últimos entendidos como programas breves que se lanzaban durante todo el día en combinación con la radiofórmula musical. Una programación de 24 horas, que utilizaba la música como elemento diferencial debido a su gestión y programación, la emisión de más de treinta microespacios diarios y una página web con una amplia gama de contenidos tanto en volumen como en número de espacios. Para el autor este modelo tiene varias ventajas que señalamos de manera sintética:

- Permite concentrar a los redactores en la elaboración de pequeños espacios de alta calidad y mayor frecuencia, que además proporciona menor tiempo de descarga en *podcast*.
- Al integrarse en un proyecto docente, permite producir en unidades autónomas totalmente realizadas por alumnos, ya que desde los primeros cursos de las titulaciones.
- Los contenidos de los colaboradores mejoran en calidad, al concentrar su esfuerzo en una pieza breve con una colaboración menos exigente, debido a que no es remunerada.
- La música se convierte en el eje de programación, al seleccionar las canciones adecuadas a cada franja del día en función de la estridencia, ritmo, estilo o tipo de intérprete. Se busca un estilo musical propio que engloba diferentes categorías musicales alternando ritmos alternativos o menos conocidos con otros más clásicos de cada época desde los 50. Para ello adquirieron *software* específico: GDS.net, APL y PRM, que permitió la clasificación en categorías de la música existente en la emisora que genera pautas específicas para cada hora del día. Hoy en día cuentan con una fonoteca de más de 8.000 canciones.

La 98.3 Radio supone un modelo ejemplar en cuanto a lo que a formación de los alumnos se refiere. Según la investigación de Vázquez (2012:146), la emisora en 2011 ya tenía dinámicas diferentes durante el año. Contaba con una presencia estudiantil regular de septiembre a abril, coincidiendo el final del trabajo de los alumnos en radio con el día 23 de este último, la fiesta final o *Día de la Radio* y el tiempo previo para preparar exámenes. Se trataba de que no coincidieran los horarios de clase con las actividades requeridas para el trabajo de los jóvenes en la emisora.

La 98.3 Radio es una herramienta docente para las asignaturas de radio que se imparten en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra estando presente en todas las asignaturas de radio que forman parte de los planes de estudios de los diferentes grados de esta facultad. Estas asignaturas, según la página web de la propia universidad son:¹⁰³

- Comunicación Radiofónica: asignatura de primer curso, común a todos los grados. Se producen breves piezas informativas, promocionales y de entretenimiento.
- Información Radiofónica: asignatura de segundo curso. Los alumnos de periodismo trabajan en la elaboración de boletines informativos.
- Géneros y Programas de Radio: asignatura de tercer curso, destinada a los alumnos de periodismo. Se trabajan los programas de entretenimiento.
- Creatividad Radiofónica y sonora: los alumnos de tercero de Comunicación Audiovisual trabajan en la creación, diseño y producción de proyectos radiofónicos originales de entretenimiento y de ficción.
- Producción Radiofónica: los alumnos de cuarto de periodismo trabajan programas informativos.

¹⁰³ Docencia Radio UNAV. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de <http://www.unav.edu/web/vida-universitaria/983radio/docencia/facultad-comunicacion>

- Realización Radiofónica: asignatura optativa dirigida a alumnos de tercer y cuarto curso de cualquiera de los tres grados. Se busca la familiarización con los fundamentos de la realización radiofónica.
- Programación Radiofónica: asignatura optativa dirigida a alumnos de tercer y cuarto curso de grado, que trabaja programas radiofónicos
- Técnicas de locución: asignatura optativa, dirigida a alumnos de tercer y cuarto curso de grado, que tiene como objetivo que los alumnos desarrollen un criterio sobre los usos de la locución y adquieran las pautas necesarias para ejercitarlos en el mundo profesional.

El objetivo de los alumnos es que sus piezas sean difundidas por cualquiera de los canales de 98.3 Radio, siendo FM o internet.

CURSO	PRIMERO	SEGUNDO	
GRADO	Todos	Periodismo	
ASIGNATURA	Comunicación Radiofónica	Información Radiofónica	
SEMESTRE	Segundo	Segundo	
CURSO	TERCERO		
GRADO	Periodismo	Comunicación Audiovisual	
ASIGNATURA	Géneros y Programas de Radio	Creatividad Radiofónica y Sonora	
SEMESTRE	Primero	Primero	
CURSO	CUARTO	OPTATIVAS	
GRADO	Periodismo	Todos	Todos
ASIGNATURA	Producción Radiofónica	Realización Radiofónica	Programación Radiofónica
SEMESTRE	Primero	Primero	Segundo

Fuente: <http://www.unav.edu/web/vidauniversitaria/983radio/docencia/facultad-comunicación>
 Recuperado el 28 de Octubre de 2014.

Se ha producido una evolución en cuanto la estructura de formación de los estudiantes utilizando la radio como herramienta docente. Vázquez (2012:146) apunta que los requisitos previos para poder realizar prácticas en la emisora, en el momento en el que realizó su investigación, eran tener un

expediente igual o superior a los 1'5 puntos y superar las pruebas de selección, donde se exigían conocimientos mínimos de actualidad, redacción en radio y locución radiofónica:

Los seminarios que se ofrecen son: Comunicación Radiofónica I, II, III y IV durante el ciclo escolar donde los alumnos participan por un máximo de cuatro horas a la semana. Durante el verano se ofrecía un Seminario de Introducción a la Radio hasta 2010 que se convirtió en un Seminario para alumnos de segundo curso. Además, los alumnos de cuarto curso de Comunicación Audiovisual pueden realizar sus prácticas de la asignatura de Programación Radiofónica. Los estudiantes que participan en estos seminarios realizan en su totalidad microespacios y programas como parte del proceso de enseñanza. Los temas se van rotando para que sean capaces de abordar todo tipo de asuntos. (Vázquez, 2012: 146)

Continuando con el planteamiento formativo de la emisora del año 2011, la formación que reciben los alumnos varía según su procedencia. Los alumnos de nivel básico originarios de cualquier grado y colaboradores externos, reciben un documento con reglas de redacción radiofónica, y de manera verbal, se les informa de las normas de comportamiento básico y temas que como institución no se abordan como el aborto, sexo y pornografía. Para la evaluación en los seminarios se acredita o no, de acuerdo al tiempo que hayan trabajado en la emisora y no a los conocimientos adquiridos, aunque se enfocan siempre al aprendizaje. La calificación solamente se otorga a los estudiantes de asignaturas que hacen prácticas en la radio y los profesores o responsables de prácticas, en general pertenecen al personal de la radio (Vázquez, 2012: 294).

En cuanto a la formación en seminarios, en el 2014, 98.3 Radio también imparte docencia al margen de las asignaturas de radio de la Facultad de Comunicación con una oferta docente abierta a todos los alumnos del campus de la Universidad de Navarra, sea cual sea su centro o facultad.

El objetivo de estas iniciativas es abrir la posibilidad de acercarse al mundo radiofónico y al del sonido a cualquier alumno que tenga inquietud e interés.

Este modelo se concreta en dos talleres que se llevan a cabo en colaboración con el Servicio de Actividades Culturales de la Universidad de Navarra.¹⁰⁴

Según la web,¹⁰⁵ se trata de dos talleres, uno de producción musical y otro de radio. En el primero, el objetivo se centra en la adquisición por parte de los alumnos de conocimientos acerca del proceso de grabación musical y estilos de creación. En el segundo, el taller de radio, persigue acercar al alumno a los principios básicos de la producción, redacción, realización y puesta en antena radiofónica, siempre con un sentido práctico.

En suma, observamos que la evolución del programa de formación de la emisora universitaria de la Universidad de Navarra ha se ha producido en busca de un modelo centrado en la combinación de prácticas reales de las asignaturas de los Grados de Ciencias de la Comunicación en la estación de radio, concentrando la formación de los alumnos procedentes de otros grados del resto del campus en dos talleres anuales que pretenden acercar al estudiante a la radio y a la producción musical de manera básica.

8.2.2- Europea Radio. Universidad Europea de Madrid

El enfoque de esta emisora tiene muchas similitudes con lo que era la plataforma de medios de la antigua configuración del grupo PRISA, formada por la Cadena SER y la desaparecida red de televisiones locales Localia. En este caso, la cobertura informativa era realizada por el mismo redactor para radio, la Cadena SER local y para la televisión, Localia-Málaga, extrapolándose el mismo modo de operar a otras demarcaciones como por ejemplo Valencia, y en ocasiones, pensando también en la polivalencia de la misma cobertura para la cadena nacional que por aquel entonces era Cuatro, cuando aún pertenecía al mismo grupo multimedia.

¹⁰⁴ Docencia Radio UNAV. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de <http://www.unav.edu/web/vida-universitaria/983radio/docencia/facultad-comunicacion>

¹⁰⁵ *Ídem.*

Europea Radio se encuentra incluido en la red multimedia llamada UEMCOM, que engloba periódico, radio, televisión y clínica de publicidad, que forman parte de la Universidad Europea de Madrid. Debido a la pertenencia a dicho grupo multimedia, cuando un alumno sale a cubrir una noticia lo debe hacer con mentalidad multiformato, de manera que debe producir texto, audio, foto y video para ser utilizado y emitido por los diferentes medios mencionados (Martín, 2013: 337). La Universidad Europea de Madrid oferta las titulaciones en Comunicación Audiovisual y Multimedia y en Periodismo.

En UEMCOM, consideran que son tres las metodologías teóricas esenciales para llevar a cabo este tipo de enseñanzas: el aprendizaje cooperativo, el aprendizaje basado en problemas y el método del caso. Tras utilizar dichas metodologías en el aula, los alumnos deben salir a la calle a elaborar contenidos para un periódico on line y una emisora de radio que emite en internet (Lemrini y Ceballos, 2012: 216).

Para ilustrar en qué consisten las citadas metodologías, acudiremos a las siguientes definiciones:

El aprendizaje cooperativo es un método docente que utiliza el trabajo conjunto de los miembros de pequeños grupos de alumnos para maximizar el aprendizaje el profesor planifica la tarea a realizar y los alumnos de la desarrollan de forma colectiva coordinada e independiente el núcleo del aprendizaje cooperativo consiste en que los alumnos trabajen juntos para completar una tarea donde se preocupan tanto de su aprendizaje como el de sus compañeros.

Aprendizaje basado en problemas consiste en que los alumnos, en grupo, de forma autónoma y guiados por el profesor, deben encontrar la respuesta a una pregunta o problema, de forma que el conseguir hacerlo correctamente suponga tener que buscar, entender e integrar los conceptos básicos de la asignatura.

Método del Caso consiste en trabajar sobre una situación real que normalmente tiene que ver con una decisión. Una oportunidad, un problema, o una cuestión compleja afrontada por una persona u organización en un entorno concreto. Haciendo uso de su conocimiento y habilidades los alumnos deben

analizar información posicionarse experimentar tomar decisiones. (Benito y Cruz, 2005)

Según las autoras, las técnicas señaladas suponen que el alumno trabaja dentro y fuera del aula y su implicación en tareas y proyectos, con el propósito de aprender mediante ellos. No obstante, indican, que es necesario el apoyo del profesor, su orientación y ánimo, convirtiéndose en algo similar al entrenador de un equipo.

Por otro lado, resultan interesantes las aportaciones de José Barreno, el primer director de Europea Radio (antes llamada UEMCOM Radio), que se recogen en su ponencia presentada al I Congreso Internacional de Medios Universitarios.¹⁰⁶ Barreno señala que, para la construcción de esta emisora, Europea Radio parte de una base tecnológica propia de las instalaciones de la universidad, con estudios de radio profesionales. La parrilla está realizada por alumnos que participan en la elaboración y ejecución de los programas. Según indica, la implicación de los estudiantes en la emisora se produce de la siguiente forma: de una parte, alumnos voluntarios que se van sumando a lo largo del curso y de otra parte, alumnos que colaboran con contenidos realizados en las asignaturas vinculadas a la radio. Esta segunda opción engloba a unos quinientos alumnos entre todas las asignaturas. También colaboran con la emisora profesores de las distintas facultades del campus que elaboran programas con temática relacionada con su especialidad, como por ejemplo la titulación de enfermería y un programa de salud. Mediante las tertulias, confluyen las voces y opiniones de profesores y alumnos. Por último, tienen cabida en esta emisora programas en otros idiomas, producidos por alumnos internacionales así como por profesores del campus que los realizan en inglés. Las mencionadas asignaturas relacionadas con la emisora directamente son más de quince: “Periodismo especializado”, “Locución”, “Laboratorio de radio”, “Política exterior y diplomacia”, “Persuasión y opinión”,

¹⁰⁶ Barreno, J. (20 de Noviembre de 2014). Ponencia en el I Congreso Internacional de Medios Universitarios. Recuperado el 3 de diciembre de 2014 de <https://www.youtube.com/watch?v=xPjvCzWQK8w>

“Lengua y literatura e iniciación a la traducción”, “Producción periodística”, “Fotoperiodismo”, “Creatividad publicitaria”, “Habilidades comunicativas”, “Teoría e historia de las relaciones internacionales”, “Narrativa audiovisual”, “Estructura de los medios audiovisuales” y “Ética periodística y Documentación”, entre otras. Por otra parte, Barreno (2014) apunta que los alumnos de “Realización en televisión” han colaborado con la estación mediante la realización de un vídeo y que en la radio también tienen cabida los alumnos del Máster de Comunicación Deportiva.

Para Lemrini y Ceballos (2012: 212-213), este tipo de emisora de radio universitaria, así como la formación que va ligada a ella nace para dar respuesta a las demandas sociales, para satisfacer las necesidades de los empleadores y orientar al alumno hacia el mundo profesional. Para los autores, el modelo educativo de la Universidad Europea de Madrid ha hecho suyos desde los inicios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), los principios del aprendizaje integral del estudiante, fijando este aprendizaje en el desarrollo de las competencias profesionales y en los valores éticos que exige el ejercicio profesional.

Según Barreno,¹⁰⁷ en esta emisora de radio universitaria el método formativo consiste en el “aprender haciendo” de forma que se enseña a través del trabajo diario de los estudiantes en la emisora, además del trabajo realizado en asignaturas vinculadas con la estación. Como elementos a tener en cuenta a la hora de crear de cero una emisora universitaria, sería conveniente contemplar los avances conseguidos en Europea Radio con el paso del tiempo y la identificación de necesidades. Barreno apunta que entre los aspectos más importantes para ello se encuentra la adquisición de un servidor compartido para los laboratorios de radio y la emisora que logra, por un lado, multiplicar la capacidad de grabación y emisión con los tres estudios, de forma que se puede realizar un espacio en directo o diferido en los laboratorios de la planta baja y ser emitidos desde la planta superior. Por otro

¹⁰⁷ *Ídem.*

lado, la unión de los gestores docentes y de prácticas con el de la radio, de forma que con diferentes claves toda la información de alumnos, clases y profesores están en un mismo servidor, y por último, la adquisición de una nueva tarjeta de sonido que hace que se escuche mejor la radio a través de internet. Mediante esta forma de trabajar, las asignaturas quedan respaldadas por la realidad profesional en el “laboratorio de medios”.

En cuanto a la innovación tecnológica, Gallego (2011: 105) afirma que en plena época de agitación mediática en la que las transformaciones tecnológicas son continuas y las fórmulas de distribución del contenido se multiplican, las emisoras universitarias se convierten en un actor clave, al encontrarse con una alternativa fundamental para superar la falta de estabilidad de las licencias hertzianas y con una forma de llegar a todo el mundo alcanzando a una audiencia global. Para el autor esta transformación debe observarse como un reto ante el que las universidades, como entidad de I + D, no pueden quedar al margen.

La parrilla de Europea Radio está formada, por un lado, por los magazines realizados por equipos de alumnos voluntarios, los informativos realizados íntegramente por alumnos que cursan las asignaturas vinculadas a la emisora, las tertulias en la que participan alumnos y profesores, programas culturales, y por otro, programas con temáticas diversas como literatura o deportes, que sobreviven desde el comienzo de las emisiones. Además, como metodología práctica desde la emisora de radio universitaria se realizan coberturas especiales como la que se produjo en el ámbito político nacional de las elecciones nacionales del 2011, o de temática deportiva como la Copa Davis (Lemrini y Ceballos, 2012: 218-223).

La formación que propone la Universidad Europea de Madrid puede ser una pauta a seguir por universidades que tengan a disposición de los alumnos varios medios de comunicación en los que participar. La relación que ofrecen las asignaturas de temática radiofónica, a nuestro juicio, debe ser tenida en

cuenta para la consecución de nuestro objetivo de construir una emisora formativa para profesionales de la comunicación.

8.3- Emisoras y métodos de formación alternativos

A través de este apartado señalaremos otras metodologías que se utilizan en las emisoras de radio universitarias para formar estudiantes en materia radiofónica. Detallaremos el caso de Onda Campus, de la Universidad de Extremadura, por el motivo de poseer un formato de formación no reglado que permite realizar prácticas al alumnado de la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual, con la singularidad de que además permite la proyección del trabajo de los mismos a través de treinta y tres emisoras comerciales que emiten los contenidos realizados por el personal que colabora en la estación universitaria.

Por otro lado, abordaremos los casos de otras emisoras, que tampoco unen sus planes de estudio y por lo tanto sus asignaturas de manera oficial año tras año a la estación de radio universitaria, pero sí lo hacen de otro modo, por ejemplo, a través de prácticas curriculares, Proyectos de Innovación Educativa o asignaturas, cuyas prácticas se unen a la estación extraoficialmente debido al criterio del docente que las imparte.

8.3.1- Onda Campus. Universidad de Extremadura

La Universidad de Extremadura cuenta con la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual y una emisora de radio que emite por internet. Dicha emisora forma parte de un ente llamado Radio Televisión Universitaria Onda Campus, cuyo objetivo desde su creación es ser un taller de prácticas para los alumnos de Comunicación Audiovisual. Según Parejo y Martín (2011: 133), Onda Campus, como taller práctico de radio y Tv, en sus inicios, se basaba en la realización de un programa mensual de televisión y otro quincenal de radio sobre la Universidad de Extremadura, su organización, funciones y actividades más destacadas. Esta labor estaba a cargo de un

equipo formado por estudiantes de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación dentro de la cual se encuentra la titulación de Comunicación Audiovisual, y era tutelada por profesores del centro y por el Vicerrectorado de Coordinación y Relaciones Institucionales de la Universidad, a través del Gabinete de Comunicación de la Universidad de Extremadura. Dichas producciones radiofónicas y televisivas se ofrecían de forma periódica y gratuita a las cadenas de televisión y emisoras de radio con las que se previamente se había establecido el oportuno convenio de colaboración, para la difusión estos contenidos. Ésta era la forma utilizada por Onda Campus para poner a disposición de los alumnos de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Extremadura actividades prácticas de producción, a un nivel profesional, como complemento para su formación teórica y reglada, al igual que un hospital clínico universitario constituye el complemento práctico necesario e indispensable para un estudiante de medicina. Los autores describen el complejo de Radio Televisión Onda Campus como un laboratorio que se encuentra en la Facultad de Biblioteconomía y Documentación con las siguientes características:

cuenta con el material técnico (laboratorios de Comunicación Audiovisual) y humano (docentes y alumnos) necesario, para poner en marcha una radiotelevisión universitaria, pero no al uso, sino más bien unos talleres prácticos profesionales de Radio y TV , en los cuales se elaboren producciones audiovisuales de calidad, controladas y supervisadas por el profesorado y por profesionales del sector. (Parejo y Martín, 2011: 133).

Según Gallego (2011) el modelo de Onda Campus, que califica como “más cercano a la sindicación tradicional”, además de ofrecer su emisión on line distribuye contenidos para emisoras locales y comarcales de gestión pública y privada en un modelo realmente interesante de cara a sortear la falta de una licencia legal. Por otra parte, según Parejo y Martín (2011: 134) continuando con el formato de creación de contenidos, para facilitar la inserción del informativo-magacín en la parrilla de programación de las emisoras locales con las que se tenía un convenio, realizaban el programa en dos formatos diferentes, de manera que las emisoras seleccionaban el más

acorde a las necesidades de su parrilla: en primer lugar un magacín completo de treinta minutos de duración, con noticias, reportaje y entrevista, con inicio y fin del programa, y como opción alternativa píldoras independientes de diez minutos de duración, realizando tres píldoras independientes en total contemplando noticias y agenda, reportaje y debate y entrevista en profundidad. Estos contenidos eran realizados por alumnos de la titulación de Comunicación Audiovisual. Debido a la demanda de las radios locales y de la misma institución académica, se decide aumentar la producción de Onda Campus, que pasa de ser de dos programas mensuales de treinta minutos a cuatro, es decir, uno semanal, por lo que se observa la aceptación del trabajo realizado por estos alumnos.

En la segunda temporada de Onda Campus se produjo la transformación de la emisora, pasando de ser un taller práctico profesional de radio a erigirse como una radio por internet que emitía las 24 horas del día ininterrumpidamente (Parejo y Martín, 2011: 135). Según los autores estos acontecimientos sucedieron a partir de octubre del año 2006. Se trataba de una emisora abierta a toda la comunidad universitaria, contando con una parrilla que estaba compuesta por diferentes espacios como programas en colaboración con los servicios de la universidad, programas de grupos de investigación, programas de alumnos de los estudios de Comunicación Audiovisual, espacios realizados por profesores de la Facultad de Biblioteconomía, por alumnos de otras facultades de la universidad y por último programas patrocinados.

No hay que olvidar lo que apuntan Aguaded y Contreras (2011: 7), en lo que a programación de la emisora se refiere, aludiendo a que debe estar impregnada por la idea de servicio público, entendido como aquel que debe ser prestado para cubrir las necesidades de interés general y no particular, lo que conlleva la inexistencia de algún lucro. Espacios en los que dar voz a los jóvenes como colectivo “poco visible” así como otros grupos sociales que no encuentran un lugar de expresión en ningún otro sitio.

En la descripción de los comienzos de la emisora que realizan, Parejo y Martín (2011: 136-140) se destaca que incluso después de consolidarse como emisora de radio universitaria por internet, siguen manteniendo convenios de colaboración con treinta y tres emisoras de radio municipales y locales que emiten los contenidos creados por los alumnos. Mientras en la primera temporada la producción propia se reduce a la realización de un informativo radiofónico en el que interviene un amplio equipo de estudiantes, a partir de la creación de la radio on line 24 horas, a esta opción se añade la posibilidad de que los alumnos, incluso los de los primeros cursos, puedan confeccionar su propio magazín fomentando así la relación entre estudiantes de distintos niveles o realizar cuñas radiofónicas, radiofórmula, debates, tertulias, etc. A esto contribuye la llegada de la Fundación Universidad Sociedad de la Universidad de Extremadura, entidad encargada a partir de 2007 de gestionar la radiotelevisión. En esta emisora 24 horas, se acogen e incluyen en la parrilla, algunos programas realizados por alumnos de cursos de Imagen y Sonido organizados por el Servicio Extremeño Público de Empleo, el SEXPE.

Onda campus, se ha convertido en un referente formativo donde centenares de alumnos, en su mayoría de Comunicación Audiovisual, han podido tomar conciencia de su capacidad personal para encarar producciones, lo que supone un factor de enorme importancia a la hora de dinamizar el sector empresarial, que los acogerá en un futuro. Asimismo, este proyecto les ha permitido realizar prácticas en las diversas áreas que entraña la producción de un espacio radiofónico: redacción, locución, presentación, realización técnica, posproducción, gestión de página web... Y, al mismo tiempo, los futuros profesionales de la comunicación, han ido conociendo las dificultades y la responsabilidad que entraña cada uno de los perfiles profesionales citados. (Parejo & Martín, 2011: 137)

Se trata de tareas tuteladas por profesores de la propia institución docente y por personal de la Fundación Universidad Sociedad, entidad encargada de gestionar la radio. De aquí se extrae la idea de crear profesionales polivalentes, que gracias a la rotación de roles, sepan

desenvolverse correctamente en cualquier puesto de una emisora de radio. Podríamos decir que la difusión de los programas a través de las radios municipales y locales, además de suplir la carencia de emisión en FM supone una mayor motivación para los alumnos a la hora de trabajar, sabiendo que los contenidos elaborados llegarán a un público de una extensión considerable.

8.3.2- Emisoras de radio universitaria y otros tipos de formación

Hay estaciones de radio que funcionan con voluntariado que no están unidas a los planes de estudio como son InfoRadio UCM, de la Universidad Complutense de Madrid, o Radio URJC, de la Universidad Rey Juan Carlos. Por otro lado, hay universidades que carecen de estudios de Ciencias de la Comunicación, como es el caso de la Universidad de Huelva, Universidad de Jaén, Universidad de Almería o la Universidad de León, cuya emisora funciona a través de voluntarios y en ocasiones, becarios de otras titulaciones. Reseñaremos en este apartado solo los casos más representativos de otros tipos de formación que se pueden dar en las emisoras de radio universitarias, como son los Proyectos de Innovación Educativa que se ligan a ellas o las asignaturas que por voluntad de los docentes que las imparten están vinculadas a la radio universitaria.

Radio Universidad de Salamanca

Esta emisora de radio que cumple ya veinte años de andadura, ha pasado por diferentes estadios. Martín (2013: 305-307) explica que desde mayo de 1995, momento en el que esta radio recibe la reserva de frecuencia en FM, el objetivo de la emisora se centraba en ofrecer prácticas profesionales a los alumnos del área de comunicación de la universidad. En un principio se trataba de una programación de dos horas diarias de lunes a viernes que poco a poco se ve incrementada por el aumento de colaboradores y becarios.

Por su parte, Vázquez (2012: 126) apunta que en el 2001 se produce un cambio importante en la emisora, ya que la estación pasa a depender del Gabinete de Comunicación y Protocolo de la universidad, por lo que se convierte en el altavoz oficial de la institución además de una plataforma de prácticas para los alumnos. Con este cambio se produce la consolidación de su emisión, pasando a un formato de 24 horas de forma ininterrumpida. Es importante reseñar que esta universidad fue de las primeras que se une al carro de las emisiones por internet, lo que se produce en el año 2001 igualmente. En el año 2004 la estación abandona la Facultad de Comunicación donde se ubicaba, en la que compartían los estudios con las prácticas de docencia regladas, mejorando su situación al disponer de equipamiento propio para la radio universitaria en los bajos del Aulario de San Isidro.

En el 2005 se produce una modificación en la coordinación de la emisora asumiendo el mando Elena Villegas, que imprime en la radio universitaria una forma de trabajar que le otorga la función de servicio de carácter público. En esta radio universitaria tienen cabida tanto alumnos de Comunicación Audiovisual como todos aquellos estudiantes que lo requieran (Martín, 2013: 306).

Las gestiones realizadas para conseguir la existencia de esta emisora fueron complicadas. Se consiguió la financiación para la compra y montaje de equipos para los estudios a través de Caja Duero (Vázquez, 2012: 123-124). Aunque se empieza a emitir en 1995, no fue hasta 1997 cuando se redacta de forma definitiva el régimen jurídico de Radio Universidad, con sus correspondientes estatutos. Se crean tres órganos colegiados que regirían la radio universitaria, formados por una Comisión de Participación, un Consejo de Programación y una Comisión de Prácticas Docentes, que según la investigadora involucraban estudiantes, funcionarios y académicos. La obligación de llevar a la práctica las decisiones tomadas por estos órganos recaería sobre el coordinador de programación.

Vázquez (2012:125) apunta que a pesar de la creación del estatuto de la radio en el que se definían todos los órganos y funciones, fue imposible sostener el ritmo que exigía dicho reglamento, por lo que ninguno de los órganos llegó a desarrollar completamente sus funciones y añade que en 2001, cuando la emisora pasa a depender del Gabinete de Comunicación y Protocolo de la universidad, el organigrama se amplía, pasando de ser tan solo una figura la responsable de la emisora a repartir dicha responsabilidad entre tres personas: el director, un coordinador y un jefe técnico.

En el 2015 en esta estación obtienen beca un número cerrado de estudiantes de Comunicación Audiovisual, cuatro en total, que son formados a través del trabajo diario, realizando las funciones propias de redactores, locutores y técnicos de sonido. Hoy en día, la estructura descrita por Vázquez queda obsoleta, manteniéndose vigente como único cargo responsable de la radio el de la coordinadora.¹⁰⁸

Radio UMH

La emisora universitaria de la Universidad Miguel Hernández de Elche comenzó a emitir en pruebas por internet el 15 de octubre de 2007, y en abril de 2008 se inaugura oficialmente (Martín, 2013: 402).

Según la Carta de Servicios de la universidad, la radio universitaria tiene asignadas las siguientes funciones: creación, elaboración, coordinación, supervisión, producción, planificación y emisión de la programación de la radio universitaria; gestión y digitalización del archivo sonoro y asistencia y emisión por la Radio UMH de actividades y eventos relacionados con la comunidad universitaria; gestión, control y reservas de los espacios y estudios radiofónicos de Radio UMH; y mantenimiento y actualización de la página web

¹⁰⁸ Villegas, E. (16 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio Universidad. (R. Pinto, Entrevistadora)

de la estación.¹⁰⁹ Cabe señalar que esta universidad se encuentra dividida en cuatro campus; Elche, Sant Joan d'Alacant, Orihuela y Altea, lo que obliga a tener cuatro centros de emisión.

Entre los objetivos de la estación se encuentra el de servir de instrumento docente, de prácticas e innovación a los alumnos de las titulaciones de Periodismo e Ingenierías de Telecomunicación, así como de aquellas otras que por sus características precisen de este medio en su actividad docente.¹¹⁰

Según dicho reglamento, la radio universitaria se constituye como una unidad dentro del ámbito del Vicerrectorado de Proyección y Desarrollo Institucional debiendo estar formada por las siguientes personas:

El equipo de trabajo estará compuesto inicialmente por el personal adscrito en la Relación de Puestos de Trabajo vigente a la Radio Universitaria: un Especialista Técnico de Laboratorio y un Técnico Medio de Administración, con funciones de Redactor Jefe, bajo la responsabilidad del Vicerrectorado de Proyección y Desarrollo Institucional, que dirigirá y coordinará la Radio Universitaria a través de un Vicerrector Adjunto de Comunicación. El Especialista Técnico de Laboratorio será miembro del Personal de Administración y Servicios, con las funciones relacionadas en su puesto de trabajo.

El Técnico Medio de Administración, con funciones de Redactor Jefe, será miembro del Personal de Administración y Servicios. Se responsabilizará de la elaboración de la propuesta de programación de la Radio Universitaria UMH, de la realización de los distintos espacios de la programación, de la elaboración de proyectos de programas, así como de la gestión económica y presupuestaria de la Radio Universitaria.

Asimismo, se establecerá una Comisión Asesora de la Radio Universitaria en la que deberán participar representantes de todos los sectores de la comunidad

¹⁰⁹ Carta de Servicios. (s.f.). Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de radioumh.es: <http://comunicacion.umh.es/files/2011/04/comunicacion-web.pdf>

¹¹⁰ Reglamento Radio UMH. (s.f.). Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de radioumh.es: <http://radio.umh.es/files/2012/07/Reglamento-de-la-Radio-Universitaria.pdf>

universitaria implicados en la actividad de la Radio Universitaria, así como profesionales de relevancia en el ámbito de la comunicación.¹¹¹

En esta emisora hay cinco becarios que desarrollan tareas propias de una emisora de radio, siguiendo el modelo de formación que se plantea en Radio Universidad, expuesto anteriormente. Como aspecto interesante podemos señalar la existencia de un docente que supervisa todos los programas que realizan los estudiantes a través de un Proyecto de Innovación Educativa. Para que los alumnos reciban créditos por realizar sus programas son supervisados por esta persona, que debe cumplimentar un formulario en el que consta el número de horas trabajadas en la radio por los alumnos, que se manda al Observatorio Ocupacional. Estos créditos se conceden a los alumnos que no están disfrutando de una beca, en el caso de que hayan cumplido una serie de requisitos de calidad y formalidad, labor que corresponde evaluar al docente a cargo del Proyecto de Innovación Educativa, que recibe remuneración por estar a cargo del mismo.¹¹²

Podría ser ésta una fórmula para mantener un mayor control sobre los productos elaborados por los alumnos de manera voluntaria, asegurándonos la supervisión y corrección de los mismos por una persona dedicada a ello, en la exploración de un modelo de radio universitaria formativa para estudiantes de Comunicación Audiovisual y de Periodismo.

Radio USJ y Radio UVA

Ambas de nacimiento reciente (2012) presentan varias características comunes. Las dos están diseñadas para mantener una emisión que se vertebra a través de *podcast*, es decir, que su formato de emisión es on line durante solo algunas horas semanales.

¹¹¹ *Ídem.*

¹¹² Martínez, S. (20 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio UMH. (R. Pinto, Entrevistadora)

Las emisoras señaladas pertenecientes a la Universidad de San Jorge y a la Universidad de Valladolid, respectivamente, presentan otra característica común, y es que están unidas a las asignaturas que imparten sus responsables. En el caso de Radio USJ, además de hacer uso del modelo de estudiante que aprende a hacer radio mediante el trabajo diario en la estación a través de una beca, se procede de la siguiente forma:

Uno de ellos se ocupa de informativos y el otro de programas. Estas dos personas poseen cada uno su propio equipo compuesto por alumnos voluntarios, formando cada uno lo que debería ser el equipo de redacción de informativos y el equipo de redacción de programas respectivamente. En el equipo de informativo suelen ser unas 4 o 5 personas y en el de programa más o menos lo mismo, no me gusta ampliar mucho más. A ellos se les encomiendan las tareas de los programas propios de la emisora.¹¹³

En este caso es su director, Bruno Aceña, quien se encarga de vincular de manera voluntaria las prácticas de las asignaturas de radio que imparte cada curso académico con la radio universitaria.

Por otro lado, en Radio UVA, perteneciente a la Universidad de Valladolid, es Nereida López la directora y columna vertebral de la estación. Su asignatura “Radio Informativa” constituye el núcleo de esta emisora, de donde emergen los *podcast* que sustentan su existencia. Como en los casos ya comentados, por Radio UVA también pasan estudiantes en prácticas. En este caso se trata de un trabajo sin remuneración por el que se reconocen las trescientas horas que corresponden a los 6 créditos de la asignatura que se denomina “Prácticas Externas”.

iRadio UCAM

iRadio UCAM es la radio de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, impulsado desde la Facultad de Comunicación como una radio on line donde los alumnos puedan poner en práctica todo lo que aprenden en las

¹¹³ Aceña, B. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio USJ. (R. Pinto, Entrevistadora)

aulas. Según Martín (2013: 427) iRadio UCAM nace en el curso académico 2009/2010, aunque el proyecto de crear una radio digital que emitiese a través de internet surge en el Área de Comunicación Audiovisual de la mano de la profesora Isabel Sarabia en el año 2002, que empezó a gestarse en aquel momento y que se retomó para su definitiva puesta en marcha durante el curso académico 2009/2010. Desde entonces se han dado varias fórmulas para obtener la formación de los estudiantes en materia radiofónica, desde *trainings* a final de curso hasta un Proyecto de Innovación Docente “en el que muchas asignaturas se sumaron a hacer radio en clase, por lo que colaboraban más profesores, pero se nos acabó la financiación y este año no lo hemos puesto en marcha”.¹¹⁴

Pese a la poca carga de materia radiofónica que oferta la titulación de Comunicación Audiovisual en esta universidad, las profesoras responsables de esta emisora intentan, en la medida de lo posible, introducir prácticas en la estación en todas aquellas asignaturas que imparten y que otorgan pertinencia a hacerlo. Un ejemplo de ello es la materia “Fundamentos de la comunicación”, donde se divide la mitad de las asignaturas en radio y la otra mitad en televisión en la que los alumnos realizan sus primeras prácticas de radio. Por otro lado, en la asignatura “Redacción audiovisual” se escriben guiones tanto para radio como para televisión y se redactan noticias en forma de microcápsulas. También en la asignatura “Programas informativos” se divide en radio y televisión y se trabaja todo lo que serían programas propios de la radio informativa.¹¹⁵

Por otra parte, Martín (2013: 428) apunta que desde la temporada 2011/2012 han incorporado a la emisora la figura del *practicum* de audiovisual, y durante la temporada radiofónica cuentan con dos alumnas que lo realizan en iRadio, y que a comienzos del curso 2012/2013 han estrenado

¹¹⁴ García, I. M. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora iRadio UCAM. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹¹⁵ *Ídem.*

una unidad móvil para poder hacer emisiones en directo y estar presentes en todos los eventos que se celebran en la universidad. La figura del *practicum* forma parte de una asignatura obligatoria que cambia de nomenclatura según la universidad en la que nos encontremos, recibiendo también el nombre de “Prácticas Externas”.

II. CAPÍTULO: ESTUDIO DEL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS. MATERIAL Y MÉTODOS

1.- Situación de las emisoras universitarias españolas durante el curso 2014/2015

En este apartado mostraremos a través de tablas los datos obtenidos mediante las entrevistas realizadas a los responsables de las emisoras universitarias españolas. Expondremos las preguntas efectuadas y las respuestas obtenidas, para después realizar un análisis comparativo de la metodología de trabajo de cada emisora. Este análisis nos permitirá establecer conclusiones para extraer posteriormente un modelo ideal de emisora de radio universitaria formativa, tal y como se contempla en los objetivos de esta investigación.

1.1- Onda Campus Radio. Universidad de Extremadura

Onda Campus es una emisora on line que nace en el año 2004. Al frente de la misma está Daniel Martín, su director, fuente de información a través de la que hemos averiguado cómo funciona la emisora universitaria Onda Campus Radio en su día a día, cómo forman a los alumnos y de qué órganos dependen, entre otras cuestiones importantes sobre su funcionamiento.

Podríamos decir que los tres pilares sobre los que se asienta esta estación de radio son la formación, la financiación y la institucionalización, que están delimitadas por las tres áreas que ejercen la administración de la emisora. Por otro lado, se contemplan como aportación económica en esta estación los patrocinios procedentes del Gobierno de Extremadura, lo que supone una ayuda al mantenimiento de la misma, así como las subvenciones públicas procedentes del mismo. Destacamos por lo tanto la implicación del Gobierno de Extremadura en el sustento económico de la radio universitaria, además de los fondos que aporta la propia Universidad de Extremadura.

Es importante señalar que esta radio posee una normativa propia, un decálogo del buen locutor y unas bases de convivencia cuya función es cohesionar los pilares en los que se sustenta. Por otro lado, las prácticas de

las asignaturas de radio se emiten en la emisora universitaria, por lo que es destacable la relación entre la docencia y la estación. Un aspecto importante además en esta radio universitaria es que las personas que tienen puestos de responsabilidad en la misma reciben remuneración económica por ello, de manera que, la dirección de la radio se encuentra dentro de las responsabilidades de su director que es Personal Científico Investigador, con la ayuda de la figura de un coordinador contratado y dos alumnos que disfrutaban de una beca.

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS		
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA		
	PREGUNTAS	RESPUESTAS
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Daniel Martín Pena, es Personal Científico Investigador de la Universidad de Extremadura y director de RTV Onda Campus.
	Nombre emisora	Onda Campus Radio.
	Universidad	Pública Universidad de Extremadura Privada
	Año de creación de la emisora	2004
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad: Depende de -Decanato de la Facultad de Ciencias de la Documentación y la Información. Formación. -Fundación Universidad-Sociedad de la UEx. Administración y financiación. -Gabinete de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura. Encargado del tinte institucional de la emisora.
	Financiación	Universidad: es a través de la Fundación Universidad-Sociedad, quien lleva la gestión de patrocinios, convenios de colaboración, subvenciones de entidades públicas dependientes del Gobierno de Extremadura.
		Patrocinio: Sí, procedentes del Gobierno de Extremadura: Juventud, Presidencia, Promoción Cultural, Asamblea de Extremadura. Para sustento del personal de la emisora.
		Otra
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?
		No ¿Por qué? Sí en el caso de colaboraciones con entidades que tengan algo que ver con el estudiante o que realicen alguna oferta específica para estudiantes, pero publicidad privada en general, no es el sitio idóneo. Tiene lugar publicidad de tipo social, de servicio público, de ONGs, esa es nuestra misión. No me parece mal el acceso a patrocinios, pero publicidad de intereses comerciales, no.
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Campaña <i>Operación Comprometida 9</i> : se dedican cada uno de los 9 meses del año académico a un objetivo del milenio: la cultura, la cooperación, etc. Contamos con ONGs a las que se les hacen microespacios y también abrimos los micrófonos a campañas solidarias durante el año.	
Tipo de cuñas	Promos propias	x Propios de la radio, web, <i>app</i> y programas
	Patrocinio	

Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucionales	x	De la universidad: periodo de matriculación, actividades culturales, etc. Del Gobierno de Extremadura: Ayudas para el empleo interesante para estudiantes...
	Sociales	x	Difusión a campañas solidarias y emisión de cuñas de ONGs y asociaciones como el Teléfono de la Esperanza o Cruz Roja.
	Institucional	4	Destacamos la formativa, en segundo lugar entretenimiento, añadiría la función social y en último lugar institucional e informativa.
	Formativa	1	
	Informativa	5	
	Entretenimiento	2	
Social	3		

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS		
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Director: Daniel Martín, también director de la Televisión Onda Campus. Es PCI, Personal Científico Investigador contratado.</p> <p>Área de redacción, locución y coordinación de proyectos: al frente está Mario, persona contratada por la radio. Se encarga, por ejemplo, del proyecto de la Asamblea de Extremadura, que pretende aunar Universidad de Extremadura y Gobierno de Extremadura.</p> <p>Área de coordinación de la radio: Leonor, disfruta de una beca. Contacto con alumnos, organización de parrilla, <i>training</i> formativos de redacción y locución para los alumnos.</p> <p>Área técnica: becado. Pablo. Realización en exteriores y control técnico de la emisora así como <i>training</i> técnicos, incluyendo edición de audio.</p>
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD: 1 persona, el director.</p> <p>PAS: Para solución de temas informáticos acudimos al informático de la facultad pero no hay alguien expresamente asignado. Contratado no PDI ni PAS: 1 persona el encargado del área de proyectos.</p> <p>Contratado de prácticas: Becado alumnos C. Comunicación: 2 personas. Becaria del área de coordinación de la emisora Becario área técnica y realización de la emisora.</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos pagados: Otros:</p>
	Voluntarios no remunerados número	<p>PD: Entre 5 y 10 personas.</p> <p>PAS: Unas 5 personas, hacen un programa de deportes.</p> <p>Alumnos C. Comunicación: Entre 50 y 60 alumnos.</p> <p>Alumnos otras titulaciones: unos 10 alumnos.</p> <p>Colaboradores externos: unos 8 egresados (colaboradores licenciados que continúan colaborando con la emisora)</p>

<p>¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?</p> <p>¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?</p> <p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p> <p>¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?</p> <p>¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?</p>	<p>Sí. ¿Cómo?</p>
	<p>No.</p>
	<p>No</p>
	<p>Si, ¿Documento disponible? Sí, está todo contemplado en la normativa de la Fundación Universidad-Sociedad de la UEx.</p>
	<p>A principios de septiembre comienza la campaña de captación de colaboradores para la emisora. Lo hacemos mediante la promoción en la propia estación además de con la colocación de carteles en el ámbito de la universidad.</p>
<p>Los interesados rellenan y entregan uno de los tres documentos que ponemos a su disposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Documento de solicitud para presentación de programas - Documento de solicitud para formar parte del control técnico de la emisora - Documento de solicitud para colaborar como redactor/a. 	
<p>La parrilla se modifica semanalmente. Para la coordinadora, Leonor, lo más complicado es cuadrar las grabaciones de los programas, debido a la flexibilidad que necesitan los alumnos para poner compaginar la radio con las clases. Los programas se graban y emiten de una semana para otra. Emitimos en diferido. Leonor como coordinadora también se encarga de la supervisión de los programas antes de su emisión y de la corrección de errores de los alumnos cometidos en los mismos.</p>	

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS			
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA			
FORMACIÓN	<p>¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?</p>	<p>No.</p> <p>Sí.</p> <p>¿Asignaturas de radio que se imparten? Realización en radio. Obligatoria. Se emiten las prácticas docentes que realizan los alumnos. Técnicas de Locución. Optativa. Guión de forma indirecta. Tiene cierto contacto.</p>	
	<p>¿Y en Periodismo?</p>	<p>No.</p> <p>No se oferta.</p>	
		<p>Sí.</p> <p>¿Asignaturas de radio que se imparten?</p>	
	<p>¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?</p>	<p>Seminario</p> <p>Taller</p> <p>Curso</p> <p>Asignaturas grado</p> <p>Otro</p>	<p>x</p> <p><i>Training</i> específicos a principios de curso. Se realizan de forma constante durante el curso cuando entra un programa nuevo, son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realización en radio, para quien solicita estar en control técnico. - redacción y locución, para quien solicita este apartado. - manejo de Audacity para quien va a estar en postproducción de programas.
	<p>¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?</p>	<p>No.</p> <p>Se montaron los cursos hace unos 6 años y se montan sobre las necesidades de los alumnos, no es una formación reglada que forme parte de un plan de estudios. Es una formación básica que ayude a los alumnos a sacar adelante un programa de radio. Se trata de una</p>	

		"formación salvavidas" para que ellos puedan sacar adelante un programa.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí. Sin ninguna duda. Las emisoras locales que nos piden becarios, solicitan personas que hayan pasado previamente por Onda Campus, porque saben que es gente que está ya formada que no va a dar trabajo, va a quitar trabajo. Es una formación adicional imprescindible a la hora de competir para entrar a trabajar en una emisora comercial.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	Otros ¿Cuáles? Nosotros captamos a los alumnos sobre todo en primero, son los que nos interesan porque a nosotros nos interesa que el alumno esté con nosotros cuanto más tiempo mejor. Nuestras campañas se centran en captar a alumnos sobre todo de 1º y de 2º. Los de 3º y 4º colaboran menos porque están más absorbidos con las prácticas del el Plan Bolonia. Rara vez se da el caso de que una persona que haya cursado ya una asignatura de radio reglada venga a la emisora, suele pasar primero por Onda Campus, y después asistir a la formación reglada de radio. Por eso esos alumnos de primero tienen esas carencias, nunca han trabajado en una radio.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí. Cuando llegan a "Realización en radio" llegan con una soltura tremenda.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo?		
	No. Nos sentamos con ellos cuando llegan los programas pilotos y les corregimos errores de locución, formas verbales utilizadas, saturación de audios, poco volumen...		
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS.	x	¿Cuántos? Hasta que entró Bolonia se daban créditos de libre configuración.
	Certificado.	x	Sobre todo ellos lo que buscan es el certificado. Este certificado de haber estado haciendo un programa durante un año les vale a la hora de ir a solicitar una beca de verano en una emisora comercial. Es un certificado que acredita que tienen experiencia en radio. Como ya llevamos 10 años haciendo radio, ya tiene cierto prestigio.
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	¿Directo o diferido? No es legal, realmente no es el legal, pero sí que ha habido conversaciones entre el Gobierno de Extremadura y la universidad para poder avanzar en este tema (...) de momento, incluso el Ayuntamiento de Badajoz tenía una licencia, que no usaban y que incluso han legado a ofrecer a la universidad. De momento no se ha planteado el tema de la emisión en FM. El día que se plantee se podrá hablar y quizá se pueda acceder a ella. Se trata de un tema legislativo a nivel regional. De momento nos hemos centrado más en las TICs.
		On Line	¿Emisión en directo o diferido? Emisión en diferido, el 90% de los programas. Los alumnos graban de una semana para otra.

	Podcast	Y canal de iVoox. Somos la mejor emisora universitaria posicionada en iVoox. Creo que el éxito de la emisora está en el <i>podcast</i> , no en la escucha on line.
Horario de emisión	24 horas al día	
	X horas al día	
Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No emite en FM	
¿La emisora tiene página web?	Sí. www.ondacampus.es.	
¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Joomla!	
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	El servidor funciona con Linux.	
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Sí , para Android y para IOS.	
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	ZaraRadio, VLC y Windows Media.	
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Sí, ZaraRadio , tanto para continuidad como para emisión.	
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows 7.	
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Audacity, Avid Pro Tools y Adobe Audition.	
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	Hay 6 4 ordenadores de mesa para redacción 2 portátiles 1 puesto para la coordinadora.	
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Hay 2 , uno para docencia y otro para la radio, se comparten.	
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	En otra sede hay una sala de locución profesional para locuciones de televisión, sobre todo. 2 cabinas de Pro Tools compartidas para docencia y radio. Las usan más en docencia para hacer paisajes sonoros.	
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En los dos estudios.	
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Para docencia hay unas 6, nosotros tenemos 2 Marantz y otras 5 más, unas 7 . Nunca están todas ocupadas.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	Sí. Es cierto que hay algunos programas especializados, pero sobre todo generalista.
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	Se van colocando los programas tal cual. No tenemos bloques.
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , por supuesto.	

¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	En torno a la treintena, van entrando cada día en función de los programas piloto. La parrilla cambia semanalmente. Mínimo unos 25.
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestionan. De momento no hemos tenido ninguna reunión con la SGAE. Fue una cosa que miramos en su día. Nos dijeron que, al ser una emisora que se dedica sobre todo a la formación sin ánimo de lucro, que esperemos a que ellos vengan. De momento no nos han pedido dinero y nosotros no estamos pagando, somos una emisora formativa sin ánimo de lucro que emite por internet. Yo sé que la situación sería diferente si emitiéramos por FM. Internet es un cajón desastre que creo que a ellos se les escapa un poco.
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Google Analytics para ver las visitas de la página web. Tenemos una programación súper miscelánea, hay de todo.

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Google Analytics y datos de redes sociales como Twitter, Facebook e iVoox.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 952 seguidores Facebook: 1297 me gusta A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	En iVoox tenemos 1.800 audios subidos y más de 500.000 escuchas. Cada audio tiene una media de 286 descargas. En el último año la web ha recibido 44.000 visitas.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí. Cartelería en el campus, facultad y cuando hay eventos importantes ponemos cartelería en aledaños de la facultad y algunas paradas de autobús.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No. No me preocupa lo más mínimo, la audiencia que tengamos será la audiencia que quiera ser. Tampoco tenemos que hacer una radio que sea intramuros. Pero no es un concepto importante para la radio universitaria.

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Tenemos un "Decálogo del buen locutor".
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No.
	¿Existe una línea editorial definida?	No. Nuestra línea editorial es la independencia y la libertad.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí. Tenemos "bases de convivencia de onda campus" y también de uso interno tenemos un documento de "errores frecuentes a la hora de grabar programas" y un "manual de estudio de onda campus" y el "documento de reserva de estudio"

CUESTIONARIO RESPONSABLE DE ONDA CAMPUS		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	<p>¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?</p>	<p>Son 50 años de retraso...En Argentina, en 2009 se aprobó una Ley de comunicación que obliga a las universidades a tener radio y televisión universitaria con su licencia...Yo espero que no haya que esperar al 2.059 para que en España esto esté regulado. Yo confío en el trabajo que se está haciendo en el marco de la Asociación de Radios Universitarias en España, en la ARU, para que la función que acomete este tipo de emisoras de función social y de servicio público tenga un reconocimiento legal en una futura ley reguladora del espacio radioeléctrico. (...) no ha sido hasta 2011 después de que se crease la Ley de Zapatero, la Ley de Comunicación Audiovisual, cuando nos dimos cuenta en una reunión de Alcalá, que se nos había pasado por delante la oportunidad de haber estado en esa Ley. Porque las emisoras comunitarias, si bien es cierto que están recogidas, están recogidas de una manera simbólica, casi, como pongo yo en mi tesis, están mal recogidas pero al menos están recogidas.</p>
	<p>¿Qué mejoraría de la emisora?</p>	<p>Más recursos para la parte técnica para la renovación de equipos y más recursos humanos, o la estabilidad de los recursos humanos, que las personas que son becarias pudieran ser contratadas, que tuviesen un reconocimiento como se debería. Eso por lo que compete a mi universidad.</p> <p>Y a instancias superiores, la posibilidad poder emitir en FM, al menos tener la posibilidad.</p>
	<p>¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?</p>	<p>El principal consejo es que se tengan claros los principios fundamentales que deben regir una emisora universitaria, que son el servicio público, el carácter social de la emisora y la formación del alumnado. Si se tienen esas premisas tendrá éxito. Yo creo que tener una radio universitaria, tal y como sucede en Argentina, debería ser un requisito para las universidades. Son las que mejor pueden tender un puente hacia la sociedad por ser una emisora estratégica para el mundo 3.0 en el que vivimos actualmente.</p>

1.2- Radio Campus. Universidad de La Laguna

Para la investigación de la emisora de radio de la Universidad de La Laguna contactamos con el que es su director desde 1996, Luis Javier Capote. Esta estación de radio ha pasado por muchos momentos desde su nacimiento como emisora universitaria pionera en España en el año 1987. En el comienzo del año 2015 su situación es complicada. Lo que se emite en la FM asignada a la misma es una señal portadora o lo que es lo mismo, se suministra a los aparatos la información mediante RDS pero lo que se escucha es un sonido agudo continuo.

Nos ha llamado la atención el hecho de que en esta emisora no haya plantilla, y que la única persona al frente y trabajando para la misma sea su director, acompañado ocasionalmente por un técnico de sonido para la

grabación de programas. Estos espacios o programas, se destinan a la difusión en emisoras comerciales asociadas a Radio Campus así como la distribución mediante *podcast* a través de internet. Los contenidos son puramente informativos y se basan en las noticias suministradas por el Área de Comunicación de la Universidad de La Laguna.

En la actualidad, sólo colabora en la radio una persona, aspecto a señalar, pues lo habitual en el resto de emisoras universitarias españolas es que haya una mínima afluencia de voluntarios que realizan sus propios programas. Destacable es que es una emisora que funciona por completo a través de *software* libre, por lo que el coste en licencias en este sentido, es igual a cero.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
F.TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Luis Javier Capote. Director Radio Campus desde 1996.		
	Nombre emisora	Radio Campus		
	Universidad	Pública	Universidad de La Laguna	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	1987		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad	Como aula cultural pertenece al colectivo de Aulas Culturales y a su vez al Vicerrectorado competente en materia de extensión cultural que es el Vicerrectorado de Universidad y Sociedad.	
	Financiación	Universidad	A través de la Universidad de La Laguna.	
		Patrocinio	Antes de la crisis había patrocinadores potentes, 1/3 del presupuesto se financiaba a través de esa línea. Como Aula Cultural puede obtener financiación para sus proyectos. Ese dinero de patrocinadores iba a la caja común de las aulas culturales.	
Otra				
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?			
	No ¿Por qué?	Es un tema sometido a constante valoración. Como funciona como emisora cultural legalmente no es posible. Habría que ver si realmente es rentable. Además para la SGAE no es lo mismo una emisora cultural que una comercial. Por otro lado, con la crisis los precios de la publicidad han caído empicados. Nosotros ya nos lo hemos planteado, lo hemos intentado en forma de patrocinio y ahora mismo no lo hemos conseguido. Habría que convertir Radio Campus en una emisora comercial y ello no casa con la universidad.		
Responsabilidad social:	No.			

¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	Sí. ¿Cuál/es? Con Amnistía Internacional, hemos emitido campañas de Médicos Sin Fronteras, Intermón Oxfam, Aldeas Infantiles, con una ONG de carácter cultural llamada Ser para el desarrollo. Intercambio de contenidos con algunas ONGs, etc.		
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Emitimos indicativos, anuncios de programas o promos y cuñas institucionales de actividades de la Universidad de La Laguna como congresos, cursos, jornadas, exposiciones...
	Patrocinio		
	Institucionales	x	
	Sociales		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	1	Como punto de partida la labor formativa, después institucional y formativa de carácter informativo de la Universidad de La Laguna. Luego la función informativa y de divulgación científica, finalmente el entretenimiento, programas de carácter musical sobre todo. Finalmente la función social.
	Formativa	3	
	Informativa	2	
	Entretenimiento	4	
	Social	5	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS	
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	
ORGANIZACIÓN	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>
	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Ahora como Aula Cultural es un colectivo compuesto por miembros de la comunidad universitaria y personas externas. Cada Aula Cultural tiene un director que debe ser miembro de la comunidad académica, es decir, profesor, alumno o PAS.</p> <p>Hay varias áreas dentro de Radio Campus, distinguimos 4:</p> <p>Apartado Técnico.</p> <p>Gestión de contenidos.</p> <p>Gestión de Redes Sociales y página web.</p> <p>Programas autónomos: En este caso, si accedes a Radio Campus tienes la obligación y el derecho de emitir tu programa con cadencia semanal. Están vetadas las pseudociencias, todo lo demás está permitido.</p> <p>Cómo lo querríamos plantear en un futuro:</p> <p>Nos gustaría que la radio de la Universidad de La Laguna se incorporara al Gabinete de Comunicación de la Universidad que debería englobar todos los medios: prensa, radio, tv y la pequeña productora de contenidos. Ahora mismo cada una funciona de manera autónoma.</p> <p>Debería haber una persona que llevara la gestión y como mínimo dos o tres personas con contrato. Una plantilla mínima.</p> <p>Se podría plantear una determinada estructura que permitiera acoger a estudiantes de determinadas carreras afines a la sección de Ciencias de la Información, para que pudieran realizar sus créditos ECTS en la radio, eso sí, con retribución.</p> <p>Mantendría una parte de programación voluntaria. El carácter voluntarista provoca picos de actividad así como picos de inactividad.</p> <p>Tendría que haber dos técnicos, uno que haga franja de mañana</p>

	y uno para franja de tarde y un redactor que además llevara redes sociales y exteriores. Hay que tener en cuenta que el Gabinete de Comunicación nos suministra las noticias, lo que nosotros hacemos es darle difusión a través de la radio.
Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PDI:</p> <p>PAS:</p> <p>Contratado no PDI ni PAS: El técnico es el único que cobra. Realiza programas y repara equipos.</p> <p>Contratado de prácticas</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
Voluntarios no remunerados número	<p>PD: El propio director, Luis Javier Capote.</p> <p>PAS: Ahora no.</p> <p>Alumnos C. Comunicación: Actualmente colabora una sola persona.</p> <p>Alumnos otras titulaciones: no.</p> <p>Colaboradores externos: Técnico responsable de la web y el informático.</p>
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	<p>Sí. ¿Cómo?</p> <p>No. La reducción de 9 créditos por titularidad de cargo en Aulas Culturales se está planteando ahora.</p>
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	<p>No</p> <p>Sí, ¿Documento disponible? En el 2.005 se aprobó el Reglamento de Régimen Interior en base a un reglamento marco anterior que intentaba unificar todas las Aulas Culturales: establece la pertenencia, el carácter democrático y la participación.</p>
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Se hace a través del Vicerrectorado de Relaciones de Universidad y Sociedad. Muchas veces la gente pide información pero luego no se compromete. Solemos colaborar en los días de bienvenida que hace la Universidad de La Laguna. También mediante la web.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Se pide un piloto y si tiene la calidad mínima necesaria, entra, si no, se corrige y después entra. En muchos casos ha habido problemas de continuidad por ese carácter voluntarista. Hemos pasado todo tipo de problemas: disciplinarios por falta de higiene con los equipos, incluso de hurtos de discografía a finales de los 90...
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	<p>Es de periodicidad semanal contemplamos dos dimensiones.</p> <p>Dimensión corta: Agenda Cultural de 5 ó 7 minutos en los que se contempla la actividad de la Universidad de La Laguna para la semana siguiente. Hay una parte grabada y una parte escrita que se manda a medios digitales.</p> <p>Dimensión larga: Espacio informativo de 50 minutos de información universitaria. Incorpora la agenda, noticias universitarias que provienen del Gabinete de Comunicación, la revista de medios, que es un volcado de las noticias de la Universidad de La Laguna, universidades canarias y educación y la entrevista semanal con un miembro de la comunidad universitaria. Se cede a otras emisoras de cobertura insular.</p> <p>Por otro lado también estamos trabajando en la tercera temporada de <i>Autopista a la ciencia</i>, programa de divulgación científica que también se cede a otras radios.</p> <p>Todo lo realizado por mí como el director y el técnico de realización de la emisora en nuestro tiempo libre.</p>

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No	No se oferta.	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Y en Periodismo?	No		
		Sí	¿Asignaturas de radio que se imparten? Comunicación Audiovisual: TV y Radio. Locución y presentación. La radio no está vinculada con la facultad. La radio es anterior a la creación de la facultad. La facultad supuso la incorporación de la Escuela de Periodismo que existía. Se han intentado establecer líneas de colaboración. La facultad tiene sus propios estudios de radio, pero las actividades que se realizan al margen de las asignaturas, las realizan los alumnos, pero los proyectos terminan antes de llegar a una concreción. Ha habido experiencias de <i>podcast</i> , pero al no tener continuidad no se pueden sentar las bases de colaboración. En definitiva, no, las asignaturas no tienen relación con la radio.	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller	x	Aquí, si no tienes experiencia en radio pasas por un pequeño taller de radio. Ahora mismo no, por las circunstancias.
		Curso	x	Hemos tenido cursos de extensión universitaria que se convalidaban por créditos.
		Asignaturas grado		
		Otro		
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No.	Todo lo que hemos hablado es anterior a Bolonia, aunque hay paralelismos, no sería así exactamente.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	En ese sentido, no me atrevería a darte una respuesta positiva o negativa. Aquí tenemos un problema muy grande, hay mucho intrusismo profesional en este ámbito, hay gente que no ha estudiado periodismo y que trabaja en los medios. Hay un debate sobre si la radio es el oficio y la carrera es la titulación y la formación. Yo creo que la gente debería tener una formación de carácter teórico. Es necesario tener una formación académica y una formación práctica.			
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)		
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)		
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)		
	x	Otros ¿Cuáles? Cuando la gente viene solo por curiosidad no sabe nada. Si vienen de Ciencias de la Información vienen con la teoría bien asumida, solo necesitan ir practicando. Se aprende a medir los tiempos, a crear un guión simplificado, a interactuar con el realizador, en función de la persona que llega, tenemos gente con experiencia y sin ella.		

¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Según el caso. Quien viene de Ciencias de la Información viene con la teoría bien aprendida, sólo necesitan ir practicando. Nosotros hemos tenido casos de gente que ha pasado por Radio Campus primero y después ha hecho la carrera de Periodismo. Hay otra gente que usa la radio como entretenimiento. Hemos tenido de todo. Aquí se aprende todo el tema práctico.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? No. Es voluntario.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x ¿Cuántos? Se reconoce cuando se hacen los cursos de extensión universitaria. Nos gustaría enfocar el tema a través de las prácticas de grado y también lo estamos planteando a través del fomento de la solidaridad social mediante ULL Solidarios.
	Certificado	
	Nota numérica	
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM On line Podcast	Ahora paralizado. Ahora paralizado Sí
	Horario de emisión	24 horas al día X horas al día	Antes por repetición de franjas. Antes mínimo 3 horas máximo 8.
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Ahora de 100 Watts. Antena de Dipolo.	
	¿La emisora tiene página web?	Sí , www. Rcampus.es	
	¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Joomla!	
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Ice Cast	
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante horas dispositivos móviles?	No. Hay un presupuesto pedido para ello por valor de 2.000€. Cuando consigamos los recursos se adquirirá.	
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Radio Tom.	
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Sí, RadioTom. Quieren hacer una versión nueva para actualizar Radio Tom 2.	
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Linux.	
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Audacity.	
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	No hay redacción.	
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Hay 2 , uno de grabación y otro de directo. Hay dos más en Ciencias de la Información, pero no forman parte de la radio.	
	¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Los mismos estudios tienen su propia sala de locución y de edición separado con su ventana.	
	¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí, en ambos.	

¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Hay disponibles 4 grabadoras digitales, pero solo 1 se ubica en la radio.
--	--

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	Diferentes programas uno tras otro.
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , en el programa <i>Autopista a la ciencia</i> incluso en el propio informativo de la Universidad de La Laguna.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Mínimo 5. Ahora mismo emitimos mediante <i>podcast ULL Noticias, Autopista a la Ciencia, Ser para el desarrollo, La feria de los investigadores y Crónicas del arenal</i> entre otros.	
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	Ahora mismo no se gestionan. Cuando se emite 120€/mes a SGAE y 80€/mes AGEDI. Cuando emitimos tenemos un contrato con la SGAE por uso de repositorio. SGAE cobra 120€/mes y AGEDI cobra 80€/mes. En total se debe pagar 2.400€ al año. Para volver a la emisión plena deberíamos hacer frente a ese pago y tal y como están las cosas no podemos.		
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No , pues es voluntaria.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS			
6.AUDIENCIA			
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	En 2013 tuvimos 140.000 descargas. En iVoox constan 710 descargas, pero tenemos los <i>podcast</i> en varias plataformas.	
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 282 seguidores. Facebook: 189 me gusta. A día 12/03/2015	
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	En la propia página web tenemos cerca de 140.000 visitas procedentes de los 400 <i>podcast</i> que hay colgados.	
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	No. Actualmente no, aunque estamos planteando hacer una campaña de mail masivo para concienciar a la gente de la existencia de la radio.	
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No. En realidad no. Nuestra baza principal es la información de la Universidad de La Laguna.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Nos basamos en el Reglamento Interior de Área Cultural. La propia universidad tiene un libro de Identidad Visual Corporativa, procuramos aplicarlo.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	Está excluido totalmente todo lo que sea pseudociencia.
	¿Existe una línea editorial definida?	No. En todo caso el Gabinete de Comunicación es el que nos da las noticias, y en ello nos basamos.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No. Nos lo estamos planteando.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CAMPUS		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Creo que va a llegar un momento en el que va a ser irrelevante emitir en FM por la proliferación de los móviles y las <i>tablets</i> . Si en un futuro llegamos a tener <i>wifi</i> libre y gratuito no necesitaremos un aparato de FM. Lo que pedimos ahora es que haya dial reservado a las emisoras universitarias. Creo que a medio plazo va a ser difícil.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	La existencia de una plantilla fija. La integración de todas las unidades de comunicación audiovisual de la ULL dentro del Gabinete de Comunicación, si unificamos las áreas la necesidad de personal sería menor. El reconocimiento de un estatus especial tanto a nivel de propiedad intelectual como de emisión.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Conseguir una plantilla básica sobre todo con personal técnico, colaborar íntimamente con el gabinete responsable de la comunicación de la universidad, orientar la programación a toda la sociedad y desarrollar sobre todo la divulgación que implica: divulgación de las actividades que desarrolla la universidad, fomento del pensamiento crítico, y luchar contra elementos contrarios a esos planteamientos.

1.3- 98.3 Radio. Universidad de Navarra

La 98.3 Radio constituye un caso de estudio especial para esta investigación, puesto que, como se ha descrito anteriormente, se trata de una emisora universitaria puramente formativa, ya que todas las asignaturas de radio están relacionadas con la estación, realizándose las prácticas de las mismas en ella. Según su director, Ignacio De Lorenzo,¹¹⁶ su funcionamiento

¹¹⁶ De Lorenzo, I. (12,13, 23 de Enero de 2015). Entrevista Director 98.3. (R. Pinto, Entrevistadora)

se basa en el modelo “clínica” aunque ha sido mejorado con el paso de los años por las propias necesidades logísticas y formativas de cada momento y por las nuevas necesidades planteadas por el Plan Bolonia. Indica que el referente que tomaron para la construcción de esta emisora es el periódico de la Universidad de Missouri (Estados Unidos), en el que los alumnos realizan todas sus prácticas a través del mismo diariamente, modelo que conocen bien, pues además suelen realizar intercambio de alumnos cada curso académico.

A continuación, presentamos los resultados de la entrevista realizada a De Lorenzo, mediante los cuales obtenemos una visión clara de la estructura, formación y organización en la emisora. El entrevistado aclara que la docencia mediante seminarios que se ofertaba en cursos anteriores era una docencia que se realizaba de manera extra, al margen de la docencia asignada, por lo que implementaron un sistema en el que se integrara la docencia reglada y las prácticas en la radio universitaria. Afirma que se realizaron experimentos consistentes en pasar algún grupo de prácticas docentes a la emisora, obteniendo lo que llama un resultado “dispar”, que tenía sus defectos y sus virtudes. Habla además de un primer modelo que aunaba docencia y prácticas que no fue bien aceptado por el departamento, y que finalmente, por impulso de la propia facultad, se forzó la realidad y se dio lugar a la desaparición de los seminarios y a la aparición de asignaturas, dando paso al nuevo sistema que implica directamente las prácticas de radio en la emisora. Por otra parte, De Lorenzo, añade que se continúa con la docencia extraordinaria cuando los alumnos de manera voluntaria quieren llevar a cabo un programa, pero para ello deben ser estudiantes que ya hayan pasado previamente por la emisora, por lo que se les exige un nivel y se continúa repasando el trabajo antes de emitirlo. Se trata por lo tanto de un esfuerzo extra por parte del personal de la radio universitaria, existiendo en torno a 5 ó 6 proyectos de egresados de estas características. Las normas en la 98.3 son estrictas, no se admite la recepción de producto radiofónico sin corrección.

Su estructura se basa sobre todo en una programación de microespacios. A los alumnos recién incorporados se les indica que comiencen realizando microespacios y finalmente en 3º o 4º curso de grado se les permite trabajar en un programa más largo. Se trata en suma de una emisora de carácter formativo, todas las asignaturas de radio de los Grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo están relacionadas con la misma, de manera que los alumnos generan los microespacios que se emiten. Su estructura es muy completa, de las emisoras que más personal contratado posee, de manera que hay 4 personas pertenecientes al colectivo de personal de administración y servicios que trabajan para la emisora, además de dos alumnos con beca de Proyecto de Innovación Educativa (PIE). Debemos destacar además que es la única emisora universitaria española que posee una licencia comercial para emitir en FM de forma legal, por lo que se considera una emisora musical cultural.

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO			
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA			
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Ignacio de Lorenzo, Director de la 98.3 Radio y Director del Servicio de Comunicación Digital.	
	Nombre emisora	98.3 Radio.	
	Universidad	Pública	
		Privada	Privada-Concordataria. Universidad de Navarra
	Año de creación de la emisora	1999	
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes	
		Universidad Decanato Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra: presupuesto de la radio y solicitud y elección de personal y becas y preparación de docencia. Rectorado de la Universidad de Navarra: servicios informativos, prioridades.	
	Financiación	Universidad: Depende de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.	
		Patrocinio: Ahora no. Tuvimos en el pasado, de la Fundación Empresa de la Universidad de Navarra y un pequeño patrocinio de tienda de música y una autoescuela, cantidades que no superaban los 5.000€.	
		Otra	
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?		
	No ¿Por qué? Como publicidad en sí, no. Como patrocinio, sí.		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
	Sí. ¿Cuál/es? La universidad tiene una agrupación que se llama UAS, Universitarios por la Ayuda Social que desde hace unos años ha creado <i>TANTAKA</i> que en euskera significa gota a gota, y a través de ellos se llevan a cabo varios		

		proyectos con algunas asociaciones. Se trata de un banco de tiempo solidario. En el 2º semestre se hacen campañas de publicidad de cuñas sociales que se emiten en la emisora durante 6 meses.	
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Utilizamos todos los tipos excepto cuñas institucionales.
	Patrocinio	x	
	Institucionales		
	Sociales	x	
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	2	En primer lugar formativa, en segundo lugar institucional, después informativa, social y por último entretenimiento. No emitimos cuñas institucionales pero se ofrece la información a través de nuestras noticias y agenda.
	Formativa	1	
	Informativa	3	
	Entretenimiento	5	
	Social	4	

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO	
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>
	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>En septiembre de 2014 ha cambiado.</p> <p>Director: estrategia económica, legal, gestión del trabajo, organización de tareas. No hago programación. Diseño el esquema general de programación.</p> <p>Área docente: subdirectora o jefa de área. Nagore Gil. PAS Técnico. También hace docencia. Se encarga de la docencia con el Departamento de Proyector Periodísticos. Turnos, quién se encarga, distribuir herramientas. Tanto de la docencia ordinaria (alumnos) como de la extraordinaria (exalumnos).</p> <p>Área Programación: subdirectora o responsable de área: Eva Lus. Personal de Apoyo a la Docencia. PAD. Decide qué se emite en cada momento además de su docencia y toda la parte de redes sociales y digital. Es decir, para antena, web y redes sociales.</p> <p>Área Técnica: Iñaki Yarena. Parte de formación y cuestiones técnicas. Coordinación de técnicos de alta frecuencia y de baja frecuencia que arreglan los aparatos, y también toda la parte de realización en directo. Se coordina con otras personas.</p> <p>2 Redactores con Becas PIE que hacen tanto cuestiones técnicas, como de programación como docentes, aunque su colaboración en la docencia es auxiliar. Llevan la parte técnica en la docencia ordinaria, es decir ayudan a los alumnos y apoyan en cuestiones técnicas básicas como sacar cortes, etc.</p> <p>En la Universidad de Navarra las clases teóricas son impartidas por los profesores titulares de las asignaturas, pero las clases prácticas se imparten entre profesores asociados, personal de la emisora y los titulares de las asignaturas, dividiéndose en 1/3 del trabajo cada una de las partes mencionadas, es decir: 1/3 para titulares; 1/3 para asociados y 1/3 para personal de la emisora.</p> <p>Dentro del departamento de Proyectos Periodísticos hay un Área de Radio en el que 4 profesores son los que se encargan de las materias de radio. El personal de la emisora no pertenece a éste departamento, pero debe coordinarse con éste área pues imparte gran parte de la docencia práctica de las asignaturas. Esto supone que al profesor titular de la asignatura de radio se le</p>

	<p>descarga de gran parte de la parte práctica, aunque debe coordinarla.</p> <p>Con este sistema acaban pasando por la radio una vez acabado el curso unos 400 alumnos, todos los matriculados en todos los cursos del Grado en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, además de los alumnos de primero del Grado en Publicidad de la asignatura de Comunicación Radiofónica.</p>
Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD: 4</p> <p>PAS: 4 PAS, Ignacio, Nagore, Eva e Iñaki.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS:</p> <p>Contratado de prácticas: 2 PIE</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
Voluntarios no remunerados número	<p>PD: unos 4</p> <p>PAS: unos 3</p> <p>Alumnos C. Comunicación: Al año pasarán por la emisora unos 400 alumnos.</p> <p>Alumnos otras titulaciones: Antes sí algún proyecto concreto, ahora no.</p> <p>Colaboradores externos: 12 ó 13</p>
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	<p>Sí. ¿Cómo?</p> <p>No.</p>
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	<p>No, nos regimos por la normativa de la universidad y las becas PIE, nos basamos en la normativa de la Fundación Empresa Universidad de Navarra.</p> <p>Si, ¿Documento disponible?</p>
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	<p>Antes el 1 de septiembre, cuando teníamos mucha docencia extraordinaria. Ahora como tenemos toda la docencia ordinaria, los propios profesores cuando ven que alguien despunta para la radio lo animan a seguir colaborando con nosotros. Cada año solicitamos 2 becarios mediante las becas PIE y va todo a través de su sistema, a nosotros nos llegan los currículums.</p>
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	<p>PIE va todo a través de su sistema, a nosotros nos llegan los currículums.</p>
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	<p>Se diferencian entre época con prácticas y época sin prácticas.</p> <p>El formato es fundamentalmente grabado. Eva introduce en las pautas los contenidos que se van grabando, esto se hace mediante base de datos, y lo que se prevé que se va a emitir en el mismo día se emite en directo.</p> <p>Época con prácticas: Por la mañana de 9:00 a 14.00. Suele haber grupos de alumnos que trabajan con un profesor que les lleva y con la persona que está trabajando en los boletines informativos. Por la mañana normalmente están haciendo información.</p> <p>A primera hora boletín de noticias y agenda universitaria la hace Nagore y después se dedica a producir el contenido de las 12:30 que es las Noticias del Campus que se repite más tarde. Eva está programando lo que se va a emitir en días posteriores y</p>

	<p>editando algunos contenidos y programando Twitter y Facebook.</p> <p>Por la tarde se graban piezas más atemporales y después pasan al directo en los programas o se utilizan como microespacios. A veces estamos trabajando en especiales.</p> <p>Iñaki Yarena está todo el día en el estudio 5 para hacer la realización por un lado, y para organizar cuestiones más técnicas como reparaciones, o preparar la música de las pautas.</p> <p>La base de datos ha facilitado mucho el trabajo: no hay que colgar a mano los contenidos en internet, ni comprobar que están bien colgados, no hay que comprobar que un documento está grabado cuando está previsto en la pauta, la base de datos lo localiza, lo transforma en MP3 y lo cuelga. Nos permite programar y nos facilita mucho el día a día.</p> <p>Época sin prácticas: Se siguen manteniendo boletines horarios, los becas PIE producen contenidos para la emisora, en general, cuando se produce esa bajada de actividad es el personal de la radio el que se dedica a la producción de contenidos.</p>
--	--

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO				
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA				
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Comunicación Radiofónica Creatividad en radio Radio especializada Realización radiofónica Técnicas de Locución: esta manda sus piezas, pero no se trabajan en la radio.	
	¿Y en Periodismo?	No		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Comunicación Radiofónica Información Radiofónica Géneros y programas de radio. Producción radiofónica Radio especializada Realización radiofónica Técnicas de Locución: esta manda sus piezas, pero no se trabajan en la radio.	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x	Depende de los años, hacemos seminarios de verano o cursillos puente de preparación para las prácticas en los medios.
		Taller	x	Uno anual para los estudiantes de medicina que supone unas cinco sesiones por año.
		Curso		
		Asignaturas grado	x	Todas
	Otro			
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Sí.	Las prácticas en la radio forman parte de las asignaturas de radio.	
	A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí.		

¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
	x	Otros ¿Cuáles? Todos, pero si pudiese resumir en una carencia, lo principal es falta de conocimiento radiofónico. No escuchan la radio. Hay excepciones, pero muchos no tienen conciencia de actualidad. Escuchan radio especializada, sobre todo musical pero poca actualidad. En muchos casos también es un problema de madurez.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí. Sin duda. Y ellos lo saben y lo ven. Ya solo enseñarles a editar con Audacity en primero de carrera, es un paso.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Las prácticas forman parte de las asignaturas y se puntúan. Cada práctica tiene su nota y se hace media para la asignatura.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	No.	
	Créditos ECTS.	x ¿Cuántos? Los que participan en la docencia extraordinaria
	Certificado	x Solo a los que participan en la docencia extraordinaria.
	Nota numérica.	x Sí, a los alumnos que participan en la docencia ordinaria.
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	98.3 en proceso de concesión por tercera vez de la licencia.	
		On line	Igual <i>streaming</i> .	
		Podcast	Sí, en web propia, en iVoox, iTunes, Twitter y Facebook.	
	Horario de emisión	24 horas al día	Con 2-3 horas/día de directo.	
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Sí, antena dipolo a 0.5 KW a 700 Mb Área metropolitana.		
	¿La emisora tiene página web?	Sí. http://www.unav.edu/web/vida-universitaria		
¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Un gestor propio, se llama BASE y es la fusión de varias versiones anteriores y del añadido de módulos con diferentes acciones. Es un sistema de gestión completa. Hace varias funciones, entre ellas, generar <i>podcast</i> , colgarlos en la web, comprobar descargas en internet en todas las plataformas y programar los <i>podcast</i> . Sus módulos son los siguientes: a) Módulo de programación: sirve para programar los contenidos a mano, decidiendo qué va en cada hueco. Permite utilizar ciertas plantillas para no incluir contenidos repetidos. b) Módulo de pautas: incluye lo decidido con el módulo de programación en las pautas de emisión. c) Módulo web: comprueba si los contenidos se han grabado o no, cuelga los contenidos en la web, genera los <i>podcasts</i> y comprueba si los contenidos están en la web. d) Módulo estadística: descarga los logs del servidor y los resume para saber el número de descargas de un espacio.			
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Propio de la universidad.			

¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Sí. Hay una para escuchar <i>podcast</i> pero no para escuchar la radio en <i>streaming</i> .
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	GDS y Zara Radio en otro ordenador.
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Sí, GDS de la empresa Lexon y ZaraRadio. Trabaja todo con mp3 y las pautas de texto se pueden editar a través del BASE. Tiene buenas categorías de música establecidas que permiten programar muy bien. Por otro lado, cada asignatura tiene su Google Drive, y a través de él pueden enviar piezas a GDS mediante una carpeta que hay en drive. Pueden trabajar desde casa y esto nos permite que los profesores supervisen todo lo que suben a Google Drive. ZaraRadio en otro ordenador.
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Según el nivel de los alumnos se usa: Adobe Audition, Audacity, Sound forge y Avid Pro Tools.
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	Hay 6 puestos fijos, pero cada alumno tiene su portátil y debe trabajar en él.
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	5
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	2 más a parte de los 5 estudios
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	De los 5 estudios en 3.
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	7

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	Tenemos muchos contenidos propios de generalista, pero tenemos también mucha música, por lo tanto la definiría como musical cultural.
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	Diferentes programas uno tras otro
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, se hace a través de varios microespacios y en las propias noticias del campus.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Unos 15/20	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 70€/mes y a AGEDI 30€/mes aproximadamente. Se le paga a SGAE y a AGEDI unos 70€ por un lado y unos 30€ por otro al mes.	
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Sí, mediante la empresa CIES que mide la audiencia en Navarra.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Tenemos entre 5.000 y 6.000 oyentes de media.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1.916 seguidores. Facebook: 675 me gusta. A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Descargas en torno a las 24.000 mensuales
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , a través de los medios de comunicación de la propia universidad.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí . Sin la audiencia no podemos funcionar, damos un servicio a la audiencia.

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	No, pero tenemos un criterio básico, un documento que escribimos en positivo, son 10 buenas prácticas que para nosotros son importantes cuidar en antena. Indica que somos una radio cultural, que no nos metemos en polémicas políticas, etc. Indica lo que queremos y lo que buscamos en positivo. Además de respetar las leyes, por ejemplo, no se puede hacer publicidad de juegos de azar en Navarra.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No hay nada prohibido, pero tenemos un tipo de audiencia que espera un tipo de contenidos. De 100 cosas que emitimos pararíamos un 1%, en el 99% de los casos no hay problemas. No emitimos contenidos de promoción de hábitos insalubres, etc.
	¿Existe una línea editorial definida?	Se trata de una radio para cualquier persona, no nos interesan contenidos que puedan ofender a alguien. Nuestra línea editorial es la marca la Universidad de Navarra, fundada por el Opus Day. No define los contenidos, pero van destinados a cualquier persona sobre todo público joven, son contenidos culturales sociales muy conectados a la Comunidad Foral de Navarra.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	Técnicamente no, pero tenemos criterios de redacción , como guía para los alumnos.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí , hay manuales internos para el tema del Google Drive, etc.

CUESTIONARIO RESPONSABLE 98.3 RADIO		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Creo que no. Me gustaría, pero creo que hasta dentro de muchos años no. Hasta que las radios pierdan el poder que tienen, no. Se trata de una lucha de David contra Goliat. Creo que debemos ir por nuevas redes, nuevos estilos, nuevos formatos y nuevos medios. Está bien tener FM, pero si no lo tienes hay otras salidas.

	<p>¿Qué mejoraría de la emisora?</p>	<p>1. Con mi nombramiento como director del Servicio de Comunicación Digital, creo que falta articulación entre ambos servicios. Hemos hecho progresos este primer semestre, pero creo que es un camino por explorar. Creo que lo digital podría aportar mucho a la radio para hacerla todavía más conectada con su público. Y la radio puede hacer que la web suene más todavía.</p> <p>2. La docencia supone un reto continuo, una mejora progresiva en el que cada año se necesita un reajuste. Hay algunos hitos importantes como cierta sobrecarga en las prácticas dadas por ciertas personas de la emisora, la necesidad de mayor coordinación con los profesores asociados y del departamento, la mejora técnica para formar a los alumnos en las últimas tecnologías disponibles...</p> <p>3. Mejorar el alcance de la emisora, dentro y fuera de la universidad. Aunque en internet estoy bastante satisfecho gracias a RSS, creo que tanto en la universidad, donde la promoción es más complicada porque los oyentes se van cada cuatro años, como en Pamplona, creo que hay una clara oportunidad y margen de mejora.</p>
	<p>¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?</p>	<p>Lo bueno que tiene la radio universitaria como medio de comunicación es que es flexible y variada como lo son las realidades de cada universidad. No hay un modo de hacer la radio universitaria, sino que conviene que cada una encuentre su forma de ser y de trabajar. Por ello es complicado dar consejos específicos, aunque en el primer libro de radios universitarias escribí algunas ideas que creo que te vendrían bien.</p> <p>Ahora te cuento poco más. Creo que es importante realizar un análisis DAFO completo, realista y sincero antes de fundar una radio. Es importante saber cuáles son las tres o cuatro prioridades de la radio, compartirlas y poner los medios para conseguir los objetivos. Es interesante que la emisora nazca con una identidad clara, pero que se centre en una vocación de servicio a la comunidad universitaria y a la universidad como institución social, humana, que tiene la verdad como guía. Una radio, para ser universitaria, no puede cegarse con caprichos personales o rectorales: debe tener una vocación abierta de ayudar a las personas, por encima de circunstancias y tensiones del momento. Tiene que aportar luz al mundo, con un enfoque humilde y corregible, no intoxicando el ambiente con ideas caducas... Convertirse en una institución de luz, no de oscuridad.</p>

1.4- UniRadio Huelva. Universidad de Huelva

UniRadio Huelva es un referente en el ámbito de la radio universitaria. Ha recibido numerosos premios y reconocimientos, y se ha convertido en un ejemplo para otras universidades que han decidido emprender un proyecto radiofónico, como fue el caso de la Universidad de Jaén o de la Universidad de Almería. Su gestión se realiza a través de la Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva, amparada por el Decreto 174/2002 de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora. De esta forma, es legal que una emisora universitaria en Andalucía tenga su propio dial de FM.

En enero de 2014 la situación de UniRadio Huelva ha cambiado con respecto a años anteriores. Se ha producido un cambio en el Equipo de Gobierno en la Universidad de Huelva que se ha traducido en una reestructuración del personal propio de la universidad, por el que no se renovaron numerosos contratos dependientes de la misma, incluidos el de la directora y el del director de programación de UniRadio Huelva, con motivo de la fuerte crisis económica. Paloma Pulido es la presidenta desde el año 2010 de la asociación que la gestiona, y ahora asume las labores de directora por los motivos mencionados. Paloma Contreras,¹¹⁷ apunta que desde la creación de la emisora se concibió como parte de la universidad y como medio independiente, por lo que se le da forma de asociación sin ánimo de lucro, esencialmente para que en caso de que hubiera un cambio de gobierno y de política en el seno de la universidad, la radio pudiera seguir funcionando como proyecto educativo, cultural y social. La Universidad de Huelva a comienzos del 2015 ya no aporta recursos para la manutención de la emisora, pero tiene a bien mantener una radio universitaria mientras que no le suponga un coste económico.

Un aspecto importante a destacar es que en la Universidad de Huelva no hay titulaciones de Grado en Comunicación Audiovisual ni tampoco en Periodismo, una constante que se repite en las otras dos emisoras universitarias andaluzas, Uniradio Jaén y Radiouniversidad.es o UAL Radio, de la Universidad de Almería. Para el sustento de la UniRadio Huelva se intentan conseguir año tras año subvenciones y convenios tanto con la universidad como con otras entidades autonómicas y provinciales, que ayuden al mantenimiento de la misma.

¹¹⁷ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto Zúñiga, Entrevistadora)

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA

1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Paloma Contreras Pulido. Presidenta de la Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva.		
	Nombre emisora	UniRadio Huelva		
	Universidad	Pública	Universidad de Huelva.	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	2007		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva		
		Universidad		
	Financiación	Universidad		
		Patrocinio		
		Otra A través de la asociación conseguimos proyectos, convenios y subvenciones. Ahora mismo tenemos un convenio trianual con el Consejo Social de la Universidad de Huelva. Hay que renovar un convenio con la Diputación Provincial de Huelva. Tenemos que reactivar el de la Cátedra Cepssa, El proyecto del Instituto Andaluz de la Juventud, o el del Instituto Andaluz de Empleo que saca ahora una subvención.		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?		
		No ¿Por qué? No, en Andalucía la orden cultural por la que nos regimos no es posible. Estamos inmersos en el desarrollo y la creación de La Ley Audiovisual de Andalucía representando a las Radios Universitarias de Andalucía y está previsto reconocer la existencia de las Radios Universitarias como medios públicos, y en ese caso tampoco se contempla la posibilidad de que haya publicidad privada. Nos regimos a base de patrocinios.		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.			
	Sí. ¿Cuál/es? Es la columna vertebral de la emisora, la idea era crear un medio en el que la sociedad tuviera la oportunidad de tener voz, devolver a la sociedad lo que la sociedad aporta, así como para la sociedad universitaria. Trabajamos con la Prisión Provincial de Huelva, Área de Salud Mental del hospital de Huelva, con institutos en programas de absentismo escolar, con todo tipo de ONGs, con la Asociación Gitana, Plataforma Pobreza Cero de Huelva etc.			
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Todas menos las institucionales, nosotros no tenemos ni siquiera informativo universitario, no tenemos cuñas para la universidad.	
	Patrocinio	x		
	Institucionales			
	Sociales	x		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	5		
	Formativa	2		
	Informativa	4		
	Entretenimiento	3		
	Social	1		

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Aunque ahora estamos pasando por un periodo de transición aspiramos a intentar mantener el formato de estructura que teníamos:</p> <p>Dirección y coordinación general: coordinar equipo, relaciones con el exterior y búsqueda de financiación, a parte, puede tener su propio programa, pero es la cabeza visible a través de las ondas.</p> <p>Responsable de programación: contacto directo con programas y colaboradores y está al cuidado de ello, además del diseño con el resto del equipo de la programación de la emisora.</p> <p>Parte técnica: con una persona que coordina técnicamente y otra de apoyo, una para el turno de mañana y otra para el turno de tarde.</p> <p>Siempre director por la mañana y responsable de programación por la tarde o viceversa.</p>
	<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo</p>	<p>PD:</p> <p>PAS:</p> <p>Contratado no PDI ni PAS: Cuando paga la universidad un director, un responsable de programación y un coordinador técnico. Ahora mismo no cobramos.</p> <p>Contratado de prácticas: el auxiliar técnico de apoyo, cuando hay.</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
	<p>Voluntarios no remunerados número</p>	<p>PD: 4 profesores y colaboran algunos investigadores.</p> <p>PAS: algunos</p> <p>Alumnos C. Comunicación:</p> <p>Alumnos otras titulaciones: Unos 30 y además <i>practicum</i> de Educación Social, Magisterio y erasmus.</p> <p>Colaboradores externos: Aproximadamente 30-40 personas de ONGS, una asociación musical de Huelva, los presos, enfermos mentales, etc.</p>
	<p>¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?</p>	<p>Sí. ¿Cómo?</p> <p>No.</p>
	<p>¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?</p>	<p>No. No tenemos un protocolo de contratación.</p> <p>Sí, ¿Documento disponible?</p>
	<p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p>	<p>Abrimos formulario en la web al que la gente envía su proyecto. Se cuelga en septiembre-octubre. Esta temporada sobre todo le hemos dado continuidad a los programas de la temporada anterior, hemos incluido menos nuevos por falta de personal.</p>

¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Primero les pedimos un proyecto redactado con una serie de requisitos en cuanto a contenido, colaboradores, secciones y detectamos si hay una visión clara de lo que se quiere hacer y comprobamos que no se pise con otro programa de la emisora. En el caso de que se pise intentamos integrar a esa persona con el programa que ya existe. Después de darles el OK hacemos un programa piloto y de formación.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Está marcado por la parrilla. Hay dos grandes bloques: Magazín de mañana: social, actualidad, debates, reflexión y dar voz a colectivos. Hecho por la mañana por la directora. Magazín de tarde: cultural. Hecho por la tarde por el coordinador de programación. Se intercalan con programas que se emiten en directo o se graban. Principalmente usamos el directo, algunos se graban, como los del fin de semana, porque el fin de semana no abre la emisora porque está dentro de la Facultad de Educación.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA				
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA				
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.	No se oferta	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Y en Periodismo?	No.	No se oferta	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller		
		Curso	x	Curso de formación para colaboradores de la emisora y a veces también abiertos a todos, cuando se podía llevaban créditos de libre configuración. Se enseña locución, guión y parte técnica. Se hace en dos días o tres.
		Asignaturas grado	x	En Magisterio de Primaria doy una asignatura que se titula Medios de comunicación, control social y conciencia crítica. Y alumnos de diversos masters pasan por la radio, con asignaturas vinculadas. Para nosotros es importante la alfabetización mediática de la ciudadanía.
	Otro			
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No.	lo que queremos es que la gente cuando esté en la radio sepa lo que está haciendo. No está basado en ningún currículum reglado. Si llevamos a cabo Proyectos de Innovación Docente.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí.	No solo desde el punto de vista conceptual, desde un punto de vista más global, adquieren un tipo de competencias fundamentales como la competencia comunicativa, superación de la timidez, se logra aumentar el nivel de autoestima, la fluidez a la hora de plantear argumentos, todo les ayuda para su vida diaria, competencias que se quedan para siempre y que les ayudan hasta a conseguir trabajo. Ganan en seguridad.		

¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
	x	Otros ¿Cuáles? Sobre todo la falta de desarrollo de la competencia comunicativa.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí. Hay de todo, pero en la mayoría de los casos les transforma. Se trata de gente que viene voluntariamente y quiere hacer radio. Es distinto al concepto de gente que tiene que hacer radio para superar unos créditos.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Se tutorizan y se evalúan las prácticas regladas, el trabajo de los voluntarios no.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	No.	
	Créditos ECTS	x ¿Cuántos? Cuando ofertamos cursos sí.
	Certificado	x Cuando los alumnos lo piden también.
	Nota numérica	x En las prácticas regladas sí y en los cursos de la universidad que llevan créditos también.
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	Sí, desde la 103.6 de FM	
		On Line	Igual que en FM	
		Podcast	En iVoox sobre todo, por el problema con los servidores de la Universidad.	
	Horario de emisión	24 horas al día		
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Es compartida con otra emisora de Huelva, la universidad de Huelva puso la estructura de la antena, la torre, y ellos ponen el edificio y el terreno. Se trata de un acuerdo de contraprestación. Hemos bajado la potencia recientemente, no tenemos aspiraciones de llegar muy lejos. La potencia de emisión es de 500 watt.		
	¿La emisora tiene página web?	Sí, http://uhu.es/uniradio/#sthash.gFaTtNY.dpbs , aunque ahora hay un problema con los servidores de la universidad los <i>podcast</i> se cuelgan en iVoox. El problema es que los servicios informáticos de la universidad están bajo mínimos.		
	¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Antes trabajábamos con Joomla! Y ahora trabajamos con WordPress. , que es un blog.		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Propio de la Universidad de Huelva.		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Sí, nos la hizo un estudiante de informática de la Radio Universitaria de Jaén de manera gratuita.		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Winamp.		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Sí, Jazler RadioStar , es muy intuitivo, es pagado.		
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows.			
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Sound Forge.			

¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	3 puestos de redacción.
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Hay 2 , se suele usar uno para directo y otro para grabaciones.
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Son los mismos estudios.
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí, en los dos.
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Hay 4.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA		
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA		
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista
		Especializada
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques
		Mosaico:
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , a través de los programas <i>Campus Activo</i> (era el magazín de la mañana) y <i>Conciencia</i> en conjunto con la Universidad de Algarve.
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Hay 23 programas , ha habido muchos más, pero ahora no podemos abarcar tanto.
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 40€/mes aproximadamente. Hicimos una negociación con la SGAE, nos cobran unos 40€ al mes. Tenemos un problema con AGEDI. El rector decidió que ya se pagaba a SGAE y no a AGEDI.
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No. Son los voluntarios los que hacen sus programas.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	No lo solemos medir, las descargas y escuchas de iVoox que puedo decirte son desde octubre hasta ahora son 1.947 totales.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1.893 seguidores. Facebook: 5.612 me gusta A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	En cuanto a las visitas a la web nos hemos dado cuenta que con el cambio de web (octubre 2013) a Tony se le ha debido pasar (y nosotros no hemos caído) configurarla con Google Analytics por lo que no sabemos las visitas que tiene desde entonces.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , en redes sociales. Antes hacíamos más cartelería, flyers, dentro y fuera de la Universidad.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí. Nos importa la audiencia que busca contenidos diferentes y reflexivos, diferente a los contenidos de los medios convencionales. Hay bastante feedback, no nos importa el carácter cuantitativo. De hecho animamos a los voluntarios de los programas a tener el blog de programa, su propio Twitter, etc. No

	estamos incluidos en ningún estudio de audiencia.
--	---

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA		
7. CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Redactamos al principio un decálogo, una lista de las cuestiones a contemplar a la hora de participar en la emisora, cuestiones de funcionamiento y de filosofía de la emisora.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No. Menos el insulto, se puede tratar todo, hay que darle voz a todas las visiones y haciendo partícipe a todas las partes.
	¿Existe una línea editorial definida?	No.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí, un decálogo.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO HUELVA		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Apostaría que sí. En Andalucía vamos un par de pasos por delante en este sentido, por el tema de la orden cultural y de la próxima Ley Audiovisual de Andalucía. Nosotros implicamos a la CRUE, tenemos reuniones con el Ministerio de Educación, e intentando hacer todo lo posible por ello. Creemos que con el antecedente de una Ley Audiovisual Autonómica de Andalucía hay argumentos que se pueden defender a la hora de poder tener un espacio para las emisoras educativas. Ha sido complicado por el temor de las emisoras privadas, por el tema del reparto de la "tarta publicitaria".
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Sobre todo la situación económica, principalmente. Empezaría desde cero a la visibilización de nuevo de la emisora y sobre todo pediría una estructura de personal blindada, conseguir estabilidad y reconocimiento para estas emisoras universitaria para poder seguir adelante.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Es fundamental integrarla dentro de los estudios de la universidad, que la radio forme parte de las herramientas de formación, abierto a la gente, con futuros profesionales de la comunicación y ciudadanos en general que puedan aportar su voz a ese medio. Un medio de comunicación de servicio público, donde exista esa voz crítica que hace falta en la sociedad. La concienciación de los estudiantes de su labor de servicio público y el papel que pueden tener en la transformación de la sociedad.

1.5- Europea Radio. Universidad Europea de Madrid

Europea Radio pertenece a Europea Media, que es una gran plataforma multidisciplinar donde se encuentran diferentes "clínicas" que tienen relación con diversas áreas de conocimiento de la Facultad de Comunicación. Europea

Media está compuesta por varias agencias: Europea News, Europea Radio, Europea Televisión, Europea Adds y Europea Trad. Comprende una agencia de publicidad y una agencia de traducción en las que los alumnos realizan sus prácticas, desde las que se ayuda a asociaciones sin ánimo de lucro, quedando relacionadas con la radio universitaria cuando lo necesitan. El sistema de enseñanza de la Universidad Europea de Madrid está muy ligado a la emisora, de manera que las asignaturas de radio de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo están directamente vinculadas a la estación universitaria mediante las prácticas. En este caso, los propios profesores de las asignaturas de radio son los que dirigen las prácticas de los mismos, que se evalúan dentro del plan estudio como cualquier otra práctica. Su director, Juan José Ceballos,¹¹⁸ destaca que la emisión vía *podcast* y vía web es más operativa para el enfoque docente que se utiliza en esta universidad que la emisión vía FM.

Por otra parte, esta emisora dejó de emitir en frecuencia modulada a través del 107.5 del dial, debido a la rescisión del acuerdo firmado entre el Ayuntamiento de Villa Viciosa de Odón y la Universidad Europea de Madrid, por el cual se cedía el derecho al uso de la frecuencia municipal a la universidad. Esta emisora está conducida y trabajada por los mismos docentes que imparten las asignaturas de radio de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, de manera que todas las prácticas de radio llevan su nota y se evalúan, por lo que también constituye una emisora formativa ejemplar a tener en cuenta en esta investigación, dados los objetivos que se persiguen.

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO	
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA	
PREGUNTAS	RESPUESTAS
Nombre y cargo del entrevistado	Juan José Ceballos Norte, Coordinador Europea Radio.
Nombre emisora	Europea Radio.

¹¹⁸ Ceballos, J. J. (14 de Enero de 2015). Entrevista Coordinador Europea Radio. (R. Pinto, Entrevistadora)

Universidad	Pública	
	Privada	Universidad Europea de Madrid
Año de creación de la emisora	2012	
Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes	
Financiación	Universidad Desde el 1 de enero de 2015, pertenece al Departamento de Medios Lenguas y Sociedad Digital, de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.	
	Universidad Por parte de la Universidad y del departamento.	
	Patrocinio	
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué? Lo hemos querido poner pero es muy difícil. Con el estatus que tenemos de emisora sin ánimo de lucro, nos provocaría ciertos posibles conflictos a la hora de otro tipo de ventajas que tenemos con ciertos proveedores, y formas de hacer las cosas, que nos equipararían a la radio comercial convencional y no nos conviene. La especial forma de trabajo que tiene esta emisora tampoco da lugar a ello.	
	No ¿Por qué?	
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? A través de Europea Addds y de Europea Trad.	
Tipo de cuñas	Promos propias	x
	Patrocinio	
	Institucionales	x
	Sociales	x
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	4
	Formativa	1
	Informativa	2
	Entretenimiento	3
	Social	5

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO

2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	<p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Al principio, cuando teníamos frecuencia asignada, 6 personas tenían contrato, hoy en día sólo se han quedado 2.</p> <p>Redactora jefe: que también es docente. Técnico: supervisión técnica. Resto: Gestión, programación y emisión</p> <p>Hay que distinguir la docencia de voluntariado.</p> <p>Y hay que diferenciar tres dimensiones:</p> <p>La formativa y docente: para refuerzo de competencias profesionales y creación de hábitos de rutina de trabajo. Todas las prácticas de las asignaturas de radio están relacionadas con europea radio, y deben pensarse para emisión. Se pide calidad similar al nivel de las emisoras líderes. Por ejemplo: se divide las clases en grupos y cada grupo hace por ejemplo dos informativos a la semana que debe cumplir ese compromiso de calidad, con un alto nivel de exigencia. Se hacen rotaciones. Se comprometen a</p>

	<p>emitir los boletines a una hora pactada que se introduce en la rejilla de programación, por ello deben cumplir también con los tiempos.</p> <p>La Voluntaria: los alumnos que vienen voluntariamente a hacer sus programas, en función de sus inquietudes. Abierto a todos los alumnos desde primero. Dependiendo de la formación que traen se les tutoriza más o menos.</p> <p>Emisora abierta a la universidad: todos los profesores de la universidad pueden venir a la radio a colaborar y hacer programas de divulgación sobre sus especialidades.</p>
Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD: Los 5 profesores que impartimos las asignaturas de radio y unos 3 profesores más que de manera indirecta que vinculan alguna práctica de sus asignaturas a la radio.</p> <p>PAS: Es el técnico responsable de emisiones, lo paga la universidad y es exclusivo de la radio.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS:</p> <p>Contratado de prácticas: Hemos tenido becarios que cobraban, que se les daban créditos, ahora estamos viendo qué nuevo formato vamos a tener.</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
Voluntarios no remunerados número	<p>PD: Colaboran entre 10 y 12. Profesores que hacen programas en la radio porque les gusta.</p> <p>PAS: no</p> <p>Alumnos C. Comunicación: Pasan por la radio unos 100 al año, incluyendo alumnos de otras titulaciones. Y solemos tener una persona que le cuenta como prácticas curriculares.</p> <p>Alumnos otras titulaciones: incluido en los 100 anteriores.</p> <p>Colaboradores externos: 1 exalumno o egresado.</p>
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	<p>Sí. ¿Cómo? Estamos trabajando en ello, ahora mismo solo el director de Europea Media tiene esa compensación en horas docentes.</p> <p>No.</p>
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	<p>No. Va por la Universidad, lo lleva el profesor responsable de becas y prácticas curriculares y extracurriculares.</p> <p>Sí, ¿Documento disponible?</p>
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	<p>Cuando nos indican que es posible solicitar un becario, lo buscamos entre los propios alumnos en función de las necesidades de ambas partes, del alumno y de la radio.</p>
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	<p>En función de las necesidades de ambas partes hasta que encontramos la persona adecuada.</p>
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	<p>Es un poco complicado. Al principio empezamos con 8 horas de emisión. Ahora funcionamos mediante <i>podcast</i> en iVoox. Con las titulaciones y los horarios es complicado imponer un horario a los alumnos. Nuestro potencial es el <i>podcasting</i> y el funcionamiento web.</p> <p>En ocasiones especiales hacemos retransmisiones de Champions, elecciones, etc.</p> <p>En el día a día el profesor de la asignatura de radio se pone en de</p>

	acuerdo con el técnico de la radio en día y hora, en función de la rejilla de grabaciones. También disponemos de aula laboratorio y radio como tal, por lo que tenemos 4 estudios de radio completos. Nos vamos ajustando a las necesidades de los alumnos y de la emisora.
--	---

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Producción y realización de radio Emisión de radio Radio especializada Todo noticias radio Radio deportiva Todas ligadas a la emisora.	
	¿Y en Periodismo?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Producción y realización de radio Laboratorio de radio Locución y presentación Todo noticias radio Radio deportiva Radio especializada Todas ligadas a la emisora.	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller		
		Curso		
		Asignaturas grado	x	Sí, las asignaturas de radio están totalmente ligadas a la emisora mediante las prácticas de las mismas.
		Otro	x	Se tutorizan las prácticas libres según las necesidades de los alumnos.
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Sí , las prácticas se rigen por lo que marca el EEES, al igual que las asignaturas.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí , se nota mucho cuando llegan los alumnos como becarios a un medio, si han realizado antes prácticas de radio o no.			
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)		
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)		
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)		
	x	Otros ¿Cuáles? Es difícil sistematizarlo. Cada alumno es un mundo. Hemos tenido de todo y nos ha ido según el grupo. Los alumnos de primero de grado no saben nada de radio y el problema es que no escuchan la radio tradicional y tampoco leen periódicos. Los nuevos medios y las nuevas plataformas complican esto. A lo mejor este modelo de negocio de radio ya se ha quedado obsoleto y somos nosotros los que tenemos que emigrar a otro modelo de negocio radiofónico. Quizá cuando ellos lleguen al momento en el que estamos nosotros lo planteen de otra manera.		
¿Cree que el paso por la estación	Sí . La dinámica de trabajo se la da la radio a los alumnos. Nosotros			

les ayuda a solucionar esas carencias?	los acreditamos, cubren noticias reales, salen a la calle y ven como se hace en la realidad.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Sí, las asignaturas están vinculadas a la radio a través de las prácticas, que se califican y hacen media. Cuando vienen de manera voluntaria no. No.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x Para voluntarios
	Certificado	x Para voluntarios
	Nota numérica	x Para alumnos de asignaturas.
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO		
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA		
Tipo de emisión	Ondas FM	Tuvimos la FM del Ayuntamiento, pero éste decidió cortar la colaboración. No volvería a la FM, me parecería dar un paso atrás por las exigencias que conlleva y el modelo docente que utilizamos.
	On line	Sí, es una parte fundamental de la formación, el directo.
	Podcast	Sí, en iVoox.
Horario de emisión	24 horas al día.	Sí, entre música y programas. Suele haber 2 programas en directo al día. Depende del día y de la rejilla.
	X horas de directo al día	
Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No está en mi mano pero no nos lo planteamos. En mi opinión sería un paso atrás volver a la FM. Exige demasiado y con este sistema de prácticas que tenemos instaurado daría más problemas. Internet ahora ofrece más libertad.	
¿La emisora tiene página web?	Sí. http://europeamedia.es/europea-radio	
¿Recurren a algún software de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	WordPress Blog. Lo lleva la empresa Streamingbit.	
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Está todo en iVoox y se hiperenlaza hacia la web de la radio. Así minimizamos gastos. No tenemos servidor propio para ello, es costoso.	
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No. Estamos trabajando en ello.	
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	El propio de Audioplus.	
¿Posee la emisora software de gestión de continuidad?	Sí, AudioPlus de AEQ y ZaraRadio. Las empresas AEQ y ASPA nos suministran los equipos y el software. AEQ nos suministra el programa AudioPlus que se encarga de todo y algunos equipos como consolas, y ASPA los equipos perfectamente preparados para el <i>streaming</i> y <i>podcast</i> como mesas y consolas de mezcla. Tenemos un alto nivel de tecnología. También usamos el Zara Radio para determinadas cosas, como multiplicar nuestra capacidad de grabación y emisión.	
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows	
¿Cuál es el software de grabación y dedición?	El propio AudioPlus de AEQ y el Audacity	
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	En los laboratorios hay 8 , pero entre las clases y Europea Radio hay al menos 30 puestos.	
¿Cuántos estudios hay en la	Hay 5.	

emisora?	
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Cuatro de esos 5 tienen asociados un locutorio .
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En todos .
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Unas 10 grabadoras digitales.

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	Tenemos de todo.
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , no es muy habitual pero se contempla.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	En el trimestre pasado teníamos 25	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE sin datos. Se paga a la SGAE.	
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Intentamos hacer seguimiento con Google Analytics para ver dónde fallamos en la web. La audiencia la mide la web general de Europea Media, mide todo el grupo multimedia, pero no podemos averiguar la de Europea Radio.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Tenemos pendiente tener un buen departamento de redes sociales. Twitter: 96 seguidores Facebook: 55 me gusta. A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Descargas globales de los audios en el 2014 según Google Analytics 22.802
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	No
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No , lo que nos importa es la formación.

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	No. El código deontológico de la profesión y el respeto a los derechos fundamentales recogidos en la Constitución Española. Atenerse a lo que recoja la Carta Magna.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No, siempre y cuando esté bien tratado.
	¿Existe una línea editorial definida?	No tenemos ideología. Ofrecemos información y entretenimiento en estado puro.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	Lo hemos intentado hacer y tenemos un esbozo sin terminar.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí, pero se transmiten en clase a viva voz. No lo tenemos recopilado físicamente.

CUESTIONARIO RESPONSABLE EUROPEA RADIO		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	<p>Creo que no. Creo que la necesidad que tienen los grandes de tener más postes de distribución y difusión de su señal para tener más alcance va a impedir que se pueda conceder masivamente licencias para emisoras universitarias. No quiere decir que no vaya a aparecer un gobierno diferente que lo haga y que cree esa necesidad artificial. Pero yo creo que ahí fuera no hay una demanda de señal universitaria de FM ni un mercado, tenemos que hacerlo aún, hasta que no la creemos no va a existir.</p> <p>Por otro lado las exigencias que pide una FM da más problemas que las exigencias que pide la emisión por internet.</p> <p>Y por último el espectro es limitado. Para tener cabida tendríamos que asociarnos con gente que tenga licencias y que no las explote.</p> <p>Ojalá tuviéramos la importancia que tienen los medios de comunicación universitarios estadounidenses en los que son referente de información.</p> <p>No significa que no sea un objetivo a tener en cuenta, pero creo que a día de hoy tal y como está el mercado, nuestro potencial está internet. Creo que mi oyente potencial no escucha Fm.</p>
	¿Qué mejoraría de la emisora?	<p>Poder dedicarle más tiempo personalmente, conseguir más implicación de los alumnos, pues dependemos del calendario académico. Me gustaría tener dinero para pagarles y créditos, pero eso desvirtúa la docencia. Chocaría con el concepto de acudir a trabajar y no a estudiar. El alumno tiene que estudiar, no trabajar. Hay que buscar el punto de equilibrio en el que al alumno se sienta recompensado, pero no económicamente.</p> <p>Me gustaría que la radio marcara lo que se debe hacer en las prácticas de las asignaturas de radio, pero eso no es posible, sería poner patas arriba el modelo, no podría porque como profesor te digo que es inviable, somos un complemento no el eje central.</p>

¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Ilusión, trabajo, buen asesoramiento y no pensar en grande, ir paso a paso, con los pies en la tierra. Ver hasta qué punto tendrías implicación de alumnos. Intentar que lo que aprendan en la radio les sirva para salir fuera a buscar empleo, para su currículum.
--	--

1.6- InfoRadio UCM. Universidad Complutense de Madrid

La que hoy es InfoRadio UCM se denominaba hasta el año 2.009 Radio Complutense, y su fundación data del año 1.995 (Martín, 2013: 298). Según su coordinador, Miguel Ángel Ortiz,¹¹⁹ desde la transformación a InfoRadio UCM, su estructura se basa en un taller de entrenamiento de alumnos, de manera que en la radio universitaria colaboran de forma voluntaria los estudiantes que así lo desean, coordinados por cinco becarios y el propio Ortiz. Insiste que no se trata de una emisora convencional, sino de un taller de radio pensado para que los alumnos entrenen sus capacidades comunicativas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM		
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA		
	PREGUNTAS	RESPUESTAS
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Miguel Ángel Ortiz Sobrino, Coordinador de InfoRadio desde 2009.
	Nombre emisora	Inforadio.
	Universidad	Pública Universidad Complutense de Madrid Privada
	Año de creación de la emisora	2009
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad Decanato Facultad de Ciencias de la Información Universidad Complutense de Madrid.
	Financiación	Universidad Decanato Facultad de Ciencias de la Información Universidad Complutense de Madrid. Patrocinio Otra
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué? No ¿Por qué? No, para nada. Es un centro de formación para los alumnos con un objetivo claramente formativo y no lucrativo.
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Con asociaciones sin ánimo de lucro, con ONGs, damos información sobre actividades, proyectos, son ONGs o asociaciones que actúan dentro del ámbito de la universidad. Por ejemplo <i>Solidarios</i> .

¹¹⁹ Ortiz, M. Á. (15 de Enero de 2015). Entrevista Coordinador InfoRadio UCM. (R. Pinto, Entrevistadora)

Tipo de cuñas	Promos propias	x	Utilizamos promocionales, sociales y nosotros ofrecemos la información institucional a través de la información que damos en la emisora.
	Patrocinio		
	Institucionales		
	Sociales	x	
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	3	
	Formativa	1	
	Informativa	4	
	Entretenimiento	5	
	Social	2	

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM		
2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Hay un coordinador, que soy yo, después hay una unidad técnica de mantenimiento y de sistemas, la parte de coordinación de la producción y la parte administrativa. Estos servicios los suministra la propia universidad que nos presta la facultad. Con dos técnicos, dos administrativos y luego tenemos 5 coordinadores propios nuestros que son 5 becarios.</p> <p>Los 5 alumnos becarios son coordinadores y de apoyo a la producción.</p> <p>Las asignaturas no están unidas directamente a la radio, pero sí como Proyectos de Innovación Educativa. Se asocia como extensión de algunas asignaturas como la de radio de 3º, la de Producción, la de Empresa Informativa y Realización. Para completar la parte de entrenamiento de la formación de los alumnos.</p> <p>Los alumnos son los que bajan a hacer prácticas de manera voluntaria.</p>
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD:</p> <p>PAS: Son 4, dos técnicos y 2 administrativos, nos prestan el servicio pero no son propios de la emisora.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS:</p> <p>Contratado de prácticas:</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación: son 5 que hacen funciones de coordinadores y apoyo.</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
	Voluntarios no remunerados número	<p>PD: Como docente y coordinador, Miguel Ángel. Colaboran en programas unos 6</p> <p>PAS: Alumnos C. Comunicación: Pasan al año unos 200 alumnos.</p> <p>Alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos:</p>
	¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia	Sí. ¿Cómo?

	por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	No.
	¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No, Las propias de la universidad, y entiendo la que rige la legislación actual. Si, ¿Documento disponible?
	¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Se hace una convocatoria pública con las condiciones cada 2 años. El método es a través de la universidad. Todos los años los talleres se abren a partir de octubre y los voluntarios bajan al taller a entrenarse, intentamos que todo el mundo pase. Lo hacemos a través del tablón de anuncios. Procuramos que entre todo el mundo. Los organizamos en grupos que se complementen, procuramos que compartan intereses y que tengan perfiles complementarios.
	¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Procuramos que entre todo el mundo.
	¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Quando vemos el número de alumnos y sus intereses los organizamos y se desarrolla con la coordinación mía o del profesor que se preste voluntariamente. Normalmente hay un trabajo previo que hacen en su tiempo libre y bajan a tiro hecho a la radio, se les orienta si lo necesitan. Los alumnos llevan solos todos los programas, les cedemos la instalación para que se entrenen, tutorizamos por ejemplo los talleres, pero para el entrenamiento propio de ellos lo que hacemos es prestarles el material solamente. Los alumnos suelen estar un año. Es una parrilla organizada por los propios alumnos, los responsables son ellos, nosotros les proporcionamos la logística. Coordinan dicha logística los 5 becarios. Nosotros ponemos a disposición del alumno una serie de medios para que ese entrene y se forme. Nosotros coordinamos esa parte de logística, que somos los becarios y yo. Los becarios solo coordinan, no tienen sus propios programas como becarios, pueden asistir a talleres, pero su trabajo es la labor de seguimiento apoyo y coordinación. Los chicos se esfuerzan por hacerlo bien por el entrenamiento que adquieren con vistas a competir por un puesto de trabajo en el futuro. Esto es muy vocacional, lo hacen porque les apetece, y les viene bien.

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM			
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA			
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Teoría y técnica del sonido.
	¿Y en Periodismo?	No.	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Información en radio.

			Las asignaturas no están unidas a la radio, solo es así cuando hay en marcha determinados Proyectos de Innovación Educativa.
¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x	Algunas veces organizamos algún tipo de seminario o cursito gratuito, complementario, de corta duración de determinados temas
	Taller	x	Está abierto todo el curso, desde octubre a mayo.
	Curso		
	Asignaturas grado		
	Otro		
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No. Es voluntario. Al final los alumnos aprenden competencias manejo de herramientas, se complementa la formación que adquieren en el aula, pero es voluntario. No hay un plan establecido.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	La parte del entrenamiento práctico la aprenden mucho mejor que el que no lo hace. La radio tiene mucha parte de oficio que se adquiere entrenando.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
	x		Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
	x		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
	x		Otros ¿Cuáles? Tienen poca base de lectura informativa. Leen poco y tienen un conocimiento de los medios limitado. Es un problema que les viene de fuera de la universidad. Manejan bien redes sociales y algunas cosas propias del periodismo digital pero tienen una gran falta de cultura mediática.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	La falta de cultura mediática no se aprende haciendo prácticas de locución. Pero sí se solucionan las otras carencias.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo?		
	No. Se pide un mínimo de compromiso, pero no se evalúa.		
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x	¿Cuántos? Sí, con créditos de libre configuración. Pueden solicitarlos en talleres que realizamos.
	Certificado.	x	Sí, un certificado.
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	No tenemos frecuencia
		On line	Se mezcla directo y diferido. No somos una emisora al uso, somos un centro de entrenamiento para el tema de la comunicación oral.
		Podcast.	Sí, ellos hacen sus <i>podcast</i> y se los quedan como parte de su producción. Los alumnos los cuelgan donde quieren.
Horario de emisión	24 horas al día		
	X horas al día		

Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No.
¿La emisora tiene página web?	Sí , http://complumedia.ucm.es/inforadio.php , pero no aloja <i>podcast</i> .
¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Blogger.
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	No lo gestionamos nosotros.
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No.
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	ZaraRadio
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	ZaraRadio
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Audacity
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	20 puestos
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Hay 6 estudios para grabar y entrenar
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Los mismos estudios
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En todos
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Usan el servicio de préstamos de la universidad, hay disponibles 60 ó 70.

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , viene de la mano de profesores habitualmente. Hay un profesor que le interesa la información meteorológica, y decide hacer un taller, por ejemplo.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Se están produciendo en este momento 20 programas de diferente duración.	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	Sin datos. Lo gestiona la universidad directamente de acuerdo a la legislación.	
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No. Nosotros no controlamos el sistema de distribución, no sabemos dónde va lo que producen los chicos. Ellos hacen lo que quieren con los programas que graban. No tenemos emisión en FM.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	No se mide.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1.410 seguidores Facebook: sin datos. A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Según la web http://inforadioucm.blogspot.com.es/ A día 15/01/2015 248.212 visitas registradas.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	No , ten en cuenta que nosotros tenemos una labor muy hacia dentro, somos un centro de entrenamiento. No somos una emisora al uso.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No.

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	No. Les decimos a los chicos que respeten los Derechos Humanos y la Constitución. Pueden entrenarse y hacer guiones sobre cualquier contenido pero con sentido común. Es una actividad voluntaria, difícil de controlar.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No. Lo lógico.
	¿Existe una línea editorial definida?	No , porque no es un medio al uso.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	No. Nuestra labor es de apoyo. En todo caso se transmite de manera oral, para eso está el coordinador.

CUESTIONARIO RESPONSABLE INFORADIO UCM		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Lo tenemos difícil. Creo que no hay voluntad política para abrir un poco la espita del sector radiofónico. En la Ley General de Comunicación Audiovisual se habla de emisoras culturales pero no de emisoras universitarias. Hay algunas aproximaciones como la futura Ley de Comunicación Audiovisual de Andalucía, eso nos va a venir bien. A medio plazo no soy nada optimista. Las que emiten lo hacen en una situación de alegalidad. Cada vez más las radios universitarias van a usar la web para emitir.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Nos gustaría tener un pequeño presupuesto para traer profesionales para dar seminarios para los chicos, y nos gustaría tener más estudios para los chicos, para que los pueda usar más gente.

	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Fundamentalmente que la persona que quien la coordine, diseñe, la monte y finalmente la controle sea una persona que conozca el oficio y que tenga en consideración que una emisora universitaria nunca puede ser un instrumento político y debe estar al servicio de la comunidad universitaria. Que quien colabore lo haga porque cree en el proyecto, le guste y piense que es un plus para él y para la sociedad.
--	--	---

1.7- Radio Universidad de Salamanca. Universidad de Salamanca

Se trata de una estación longeva, ya que fue inaugurada en 1995 y Elena Villegas es quien ejerce su coordinación desde el año 2005. Es una emisora de radio universitaria a la que los alumnos que así lo desean pueden acudir a realizar prácticas voluntarias. Destacamos la existencia de cuatro becarios de Comunicación Audiovisual que realizan funciones de redacción, locución y técnicos de sonido, todos con remuneración.

Por otra parte, la programación de la emisora está formada por la conjunción de contenidos basados en los intereses de la comunidad universitaria, alrededor de un eje cultural. Aportamos los datos relativos al funcionamiento de esta emisora mediante las siguientes tablas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA		
	PREGUNTAS	RESPUESTAS
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Elena Villegas Coordinadora de Radio Universidad de Salamanca desde 2.005.
	Nombre emisora	Radio Universidad de Salamanca
	Universidad	Pública Universidad de Salamanca Privada
	Año de creación de la emisora	1995
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad Depende del Servicio de Producción Digital e Innovación y del Vicerrectorado de Promoción y Coordinación de la Universidad de Salamanca.
	Financiación	Universidad Universidad de Salamanca Patrocinio Otra
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué? No ¿Por qué? No nos lo planteamos, no es el objetivo de esta emisora.
	Responsabilidad social:	No.

¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	Sí. ¿Cuál/es? Sí, En forma de programas de radio que hacemos aquí, por ejemplo con la Asociación de Familiares de Enfermos Mentales de Salamanca, o Asociación de Disminuidos Psíquicos de Salamanca.	
Tipo de cuñas	Promos propias	x
	Patrocinio	
	Institucionales	
	Sociales	x
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	1
	Formativa	2
	Informativa	4
	Entretenimiento	5
	Social	3

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Ejemplo: <u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS <u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual <u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios	Hay 4 becarios de Comunicación Audiovisual que realizan funciones de redactores, locutores y técnicos de sonido, y por otro lado estoy yo, que soy la coordinadora y por último tendríamos el área de colaboradores.
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	PD: PAS: La coordinadora, que es personal laboral. Contratado no PDI ni PAS: Contratado de prácticas: Becado alumnos C. Comunicación: 4 becario que cobran su beca. Becado alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos pagados: Otros:
	Voluntarios no remunerados número	PD: Del total de personas que pasan por la radio, unas 50-80 personas, un 10% son profesores PAS: 10% Alumnos C. Comunicación: Resto Alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos: 10%
	¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras	Sí. ¿Cómo? No. Solo hay reconocimiento de créditos de libre elección para los alumnos.

actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No , La propia de la universidad. Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Normalmente antes de las vacaciones de verano sale la convocatoria y se resuelve a principios de octubre. Se hace mediante Ícaro. Igual para los voluntarios. A través de la web lo pueden solicitar.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Por entrevista previa, nos traen una idea, si vemos que es factible se lleva a cabo.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Desde las 9 de la mañana hay un programa despertador, por la mañana hay grabaciones, la preparación del informativo, cobertura de ruedas de prensa y magazín de medio día. Por la tarde a partir de las 5 magazín de tarde hasta las ocho. A partir de esa hora programas grabados. Los becarios hacen control de sonido, mantenimiento de página web y redes sociales.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA				
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA				
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Producción y realización en radio, Guión y narrativa radiofónica Géneros radiofónicos Locución y redacción en audiovisuales	
	¿Y en Periodismo?	No.	No se oferta	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		No da tiempo.
		Taller		
		Curso		
		Asignaturas grado		
		Otro		
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí.	Imagínate. Si vienen con ganas de aprender, es una experiencia que deberían aprovechar todos, trabajamos como cualquier emisora de radio. Una experiencia buenísima.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)		
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)		
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)		
		Otros ¿Cuáles? El principal problema es la falta de conocimiento cultural y la falta de interés, una cultura demasiado básica. Esto es más grave. Para trabajar en un medio de comunicación hace falta tener cultura.		

¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	En parte sí. Aprenden mucho sobre la dinámica de la universidad. Aprenden como funciona una institución como esta desde dentro.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Con créditos de libre elección. No con nota numérica ni normativizada pero sí se evalúa. A la hora de redactar un documento para que les concedan los créditos se piensa en el trabajo que ha hecho esa persona en la emisora.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x ¿Cuántos? Sí, a los voluntarios.
	Certificado	x Se les prepara un documento para que se les reconozcan esos créditos.
	Nota numérica	no
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA		
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM Sí. 89.0 On line A la vez. Podcast En la página de la radio
	Horario de emisión	24 horas al día X horas al día
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Una antena de dipolo. Se oye muy bien en Salamanca capital y en extrarradio en 20-30 km a la redonda. Está muy bien ubicada.
	¿La emisora tiene página web?	Sí http://radio.usal.es/
	¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Drupal. Lo vamos a cambiar a WordPress.
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	De la propia universidad.
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No, estamos en ello.
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Winamp player
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	ZaraRadio
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Adobe Audition
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	Los 4 de los becarios redactores
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Son 3: hay uno de directo y 2 de grabación.
	¿Cuántas salas de edición y locución hay?	2
	¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En los tres.
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	4	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA				
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA				
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	Es un mix porque son cosas que le interesan a la comunidad universitaria, contenido predominantemente cultural.	
		Especializada		
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques		
		Mosaico	Sí, pero intentamos que tengan un poco de imagen de marca agrupando todo bajo un mismo título.	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , siempre hay noticias o entrevistas de divulgación científica además de un programa de carácter quincenal. Es básico, <i>Las grandes preguntas de la humanidad</i> es su nombre		
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Alrededor de 50 programas.		
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 50€/mes y a AGEDI 50€/mes aproximadamente. Se paga a SGAE y a AGEDI, a todos. Creo que nos cobran menos que a las cadenas comerciales, creo que oscina en torno a los 50€ cada una.			
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No.			

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	No estamos en ningún estudio de audiencia. Por Google Analytics tenemos unas 3.000 vivitas al mes a la web.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1.519 seguidores Facebook: 878 me gusta. A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Unas 3.000 visitas a la web, algunos <i>podcast</i> en iVoox tienen mucha repercusión, por ejemplo nuestro programa <i>Planeta Biblioteca</i> , o <i>Con la música a otra parte</i> también tiene muchas descargas.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí . Muy poco. Nos vamos moviéndonos por algunos centros.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí , es el quebradero de cabeza. Hay programación buena. Y talento, el problema es llegar a conocerla.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	No.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	Claro, como en todas, no se puede hacer apología del terrorismo ni de determinados temas.

	¿Existe una línea editorial definida?	Es una emisora de carácter progresista.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	Lo decimos, pero no tenemos las cosas sobre papel.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Escritas tampoco, pero se dicen.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Yo me siento legal.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Más medios y personal, medios humanos, técnicos y económicos para llegar a más gente. Sería muy necesario que las emisoras universitarias pudieran llegar a la población de una manera mejor.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Que sea honesta, y que tengan claro que se parte de una universidad, donde prima el talento, la independencia, el espíritu crítico, que se abran a la ciudad, que sea un medio de comunicación muy permeable.

1.8- Radio UMH. Universidad Miguel Hernández de Elche

Radio UMH, fundada en el año 2007, pese a su juventud, es una emisora que sobresale en algunos aspectos con respecto a las demás estaciones de radio universitarias analizadas. Tiene una plantilla fija formada por una periodista que es a su vez coordinadora de la radio, Sonia Martínez y un técnico. De manera continua suelen trabajar cinco becarios de la titulación de Periodismo como redactores, aunque tienen cabida en la emisora todos los alumnos que lo deseen, así como personal de la universidad para realizar voluntariamente sus propios programas. Como peculiaridad observamos que la parrilla de Radio UMH se planifica de manera anual. De esta forma, cada colaborador sabe al principio de cada curso académico qué día tiene programa y a qué hora, lo que permite la coexistencia de programas cuya duración oscila desde los 5 y los 60 minutos, con periodicidad semanal, mensual o incluso bimensual, en función de las necesidades de los voluntarios.

Se trata por otra parte, de una emisora de marcado carácter institucional cuya labor fundamental es acercar la universidad a la sociedad. Para ello cuenta con cuatro frecuencias, de manera que la cobertura es óptima en Elche, Orihuela, Sant Joan y Altea. Analizamos a fondo el funcionamiento de Radio UMH mediante las siguientes tablas, cuyas respuestas son obtenidas mediante la entrevista realizada a su coordinadora Sonia Martínez, quien está al frente de la misma desde su puesta en marcha en el año 2007.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH					
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA					
	PREGUNTAS	RESPUESTAS			
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Sonia Martínez González, Coordinadora Radio UMH desde 2.007			
	Nombre emisora	Radio UMH			
	Universidad	Pública	Universidad Miguel Hernández		
		Privada			
	Año de creación de la emisora	2007			
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes			
		Universidad	Oficina de Comunicación del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales.		
	Financiación	Universidad	Oficina de Comunicación del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales.		
		Patrocinio no			
		Otra no			
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?			
		No ¿Por qué?	No porque los cánones que pagamos a SGAE lo hacemos como emisora sin fines lucrativos. Por lo tanto no.		
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.			
		Sí. ¿Cuál/es?	Sí, nuestra vicerrectora firma convenios con distintas ONGs, y nosotros difundimos esas actividades con cuñas de promoción.		
	Tipo de cuñas	Promos propias	x	Por ejemplo ahora el 28 de enero es Santo Tomás, pues hacemos cuñas de promoción del acto que hay previsto. También lo hacemos para promocionar cursos de verano, de invierno, actividades que se hacen desde la universidad, etc.	
Patrocinio					
Institucionales		x			
Sociales		x			
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	2	Radio UMH nace como herramienta de formación y de divulgación institucional para difundir todo lo que se hace en la UMH. Por lo tanto formación e institucional a partes iguales.		
	Formativa	1			
	Informativa	3			
	Entretenimiento	5			
	Social	4			

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH

2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Como Jefes tenemos: La Vicerrectora de Relaciones Institucionales, y a continuación el Director de la Oficina de Comunicación que nos supervisa.</p> <p>En la relación de puestos de trabajo que debe haber en la emisora: yo, como periodista, para el área de programación y coordinación.</p> <p>Un técnico, que normalmente es PAS, pero que ahora se está cubriendo con un becario.</p> <p>Becarios: 5 alumnos de periodismo que hacen función de redactores y 2 de telecomunicaciones.</p> <p>Además hay una persona con una beca que hace <i>Informativos UMH</i>, que es un informativo diario que se emite a las 14:00 en el que se cuenta todas las noticias que proporciona la Oficina de Comunicación. A través del Observatorio Ocupacional de la UMH, que es el servicio administrativo que controla todas sus prácticas, reciben dinero y créditos.</p> <p>Y hay otra persona, un docente, que supervisa todos los programas que realizan los estudiantes a través de un Proyecto de Innovación Educativa. Para que los alumnos reciban créditos por realizar sus programas son supervisados por esta persona, se rellena un documento con el número de horas trabajadas en la radio, se manda al observatorio ocupacional, y si ha cumplido una serie de requisitos de calidad y formalidad se le otorgan esos créditos.</p> <p>Por otra parte están los programas que hacen los alumnos de primero de Ciencias de la Comunicación de manera voluntaria, estos los grabamos y los colgamos como <i>podcast</i>, pero no los emitimos. Solo emitimos los que son de calidad. Si no, tienen que seguir mejorando hasta llegar a la programación habitual.</p>
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD: un profesor con el Proyecto de Innovación Educativa.</p> <p>PAS: el periodista coordinador y el técnico.</p>
		Contratado no PDI ni PAS:
		Contratado de prácticas:
		Becado alumnos C. Comunicación: Ahora hay de periodismo, por el volumen de programación que tenemos ahora, puede haber hasta 5.
		Becado alumnos otras titulaciones: Uno de telecomunicaciones que hace de técnico, pero depende de la programación podríamos tener hasta 2.
		Colaboradores externos pagados:
		Otros:
	Voluntarios no remunerados número	<p>PD: 34</p> <p>PAS: 16</p> <p>Alumnos C. Comunicación: 91</p> <p>Alumnos otras titulaciones: unos 10</p> <p>Colaboradores externos: exalumnos o egresados 5</p>
	¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia	<p>Sí. ¿Cómo? Sí, el PDI que lleva a cabo el Proyecto de Innovación Educativa obtiene una contraprestación económica.</p>

por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	No.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No , propia de la radio. Sí, a través del Observatorio Ocupacional está todo regulado.
	Si, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	La gente se inscribe en la oferta de becas que lanza el Observatorio Ocupacional, manda sus currículums y se hacen entrevistas. O directamente a gente que ya colabora, pues se le ofrece la beca, si les interesa. En julio ya están seleccionados, empiezan en septiembre y están hasta mayo, que es lo que se estima como calendario del curso académico. Se hace un parón en navidad, exámenes y verano. En ese tiempo emitimos redifusión.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Para becarios, a través del Observatorio Ocupacional. Para voluntarios, en abril mando convocatoria a través de todos los sistemas de difusión para ver quien continúa y quien quiere empezar en la radio. Al PAS y PDI que quieren colaborar no se les hace ninguna prueba.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Tenemos un cuadro con el calendario de programación de todo el año. Hay programas diarios, semanales, quincenales y mensuales. Es un ciclo de 4 semanas con duración que varía entre 5 y 55 minutos, duran o 5 minutos, 30 minutos, 55 minutos y 60 minutos. Se plantea mediante el calendario Outlook, de manera que se bloquea para que nunca se hagan más reservas que estudio hay. Entre julio y septiembre hacemos los horarios y en septiembre los colaboradores ya saben todos los programas que tienen durante el curso, fecha y hora hasta mayo. La gente o graba los programas o los emite en directo.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH				
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA				
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? No hay, se acaba de implantar el grado. Más adelante sí, ahora mismo no. Hemos heredado los estudios de <i>Ciudad de la Luz</i> que es un centro privado.	
	¿Y en Periodismo?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Periodismo Radiofónico, sí, piden los estudios para hacer prácticas pero no las emitimos. El propio profesor las supervisa y evalúa. Literatura de 1º sí hace programa y se emite. Periodismo Deportivo también hace las prácticas en la radio, que también en mayo hacen prácticas.	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller		
	Curso	x	Se hacen cursos de verano, a través de los profesores cursos de invierno. También se han impartido cursos de comunicación de cómo hacer divulgación de ciencia para PDI.	
	Asignaturas grado	x		
	Otro	x	Proyecto de Innovación Educativa	

¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Sí, en los cursos de verano y de invierno, creo que sí.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí, muchísimo. Alguno dicen que lo mejor que les ha pasado en la universidad es entrar en la radio.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
	x	Otros ¿Cuáles? Quizá les falta un poquito de especialización, se trata de eso, de que hagan prácticas aquí. Por otro lado, a veces no se documentan lo suficiente. Hay un poco de todo. También hay gente con más dotes de comunicación innatas que otros. Colgamos todos los programas en el blog para que ellos los escuchen y se autocorrijan.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	En clase se da teoría y poco de práctica, en la radio se puede aprender la práctica en el día a día. Además la persona del proyecto de Innovación Educativa los tutoriza y evalúa.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Sí, además tienen que cumplir unos requisitos para poder obtener los créditos. Lo supervisa el profesor que lleva el Proyecto de Innovación Educativa. Por ejemplo se valora asistencia, puntualidad, guión, etc.	
	No.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x ¿Cuántos? Sí, depende de las horas trabajadas.
	Certificado	x Certificado de reconocimiento. Sí, para que puedan convalidar los créditos en el Observatorio Ocupacional.
	Nota numérica	no.
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	Desde 4 emisoras porque tenemos 4 campus: 99.5 FM Elche, 101.3 FM Orihuela, 93.5 FM San Joan y 105.4 FM Altea.
		On line	Si
		Podcast	Sí, en la misma web de la radio. Tune In
	Horario de emisión	24 horas al día	
		X horas al día	
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Cuatro antenas de dipolo de potencia 4,5 kW en el centro emisor de Elche. A San Joan, Orihuela y a Altea emitimos a menos potencia y lo mandamos por internet aun ordenador que es el que emite.	
	¿La emisora tiene página web?	Sí. http://radio.umh.es/	
	¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Propio de la Universidad.	
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Servidor de la universidad		
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Sí.		

¿Qué reproductor multimedia utilizan?	XFrame
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame. Antes teníamos el Mar4Win para que los alumnos hicieran prácticas con los dos, pero era complicado mantener los dos, por lo que ahora solo trabajan con XFrame.
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Adobe Audition
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	4
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Son 3: uno principal y 2 de autocontrol
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	8 cabinas de edición y 4 mesas de edición
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En los 3 estudios
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	6 grabadoras digitales y 2 Portanet (sistema de emisión externo que se conecta por línea de punto de red, es decir, por internet a la emisora para las emisiones desde fuera de la radio en directo)

QUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Fm no lo medimos. Hay un programa de la UMH que mide número de visitas.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1.430 seguidores Facebook: 1.226 me gusta. A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	70.000 visitas a la web de media 50.193 descargas totales en 2014 de <i>podcast</i>
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , en talleres de radio de los Institutos de Secundaria de la Provincia de Alicante, a través de las propias actividades de la universidad, mediante cartelería en el campus, el boca a boca de los propios colaboradores y mediante notas de prensa de la propia universidad.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí. Nos interesa porque nos interesa llegar a nuestro objetivo de divulgación y de difusión de las actividades de la propia universidad lo conseguiríamos, pero no con un objeto comercial.

QUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí , el reglamento de la radio contiene: objetivos, principios éticos, la financiación, ámbito de emisión, equipo de trabajo, la coordinación de la radio...Es un documento que lo contiene todo.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No. Se pueden tratar todos los temas siempre que se haga con respeto y sin vulnerar los derechos de los demás.
	¿Existe una línea editorial definida?	No.
	¿Disponen de libro de estilo?	Sí. Todo incluido en el reglamento de la radio.

	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Si, y en el reglamento de la radio en la web colgado.
--	--	---

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UMH		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Ojalá. A través de la ARU se intenta. Como las normas de las diferentes Comunidades Autónomas son diferentes, si se pudiera obtener una única norma al unir las todas y llegase a los órganos donde tiene que llegar...Nosotros somos una cantera de formación de periodistas, no somos comerciales...Sí que me gustaría que se nos normalizada en ese aspecto.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	A lo mejor podríamos pedir más recursos humanos para poder manejar más horas de programación, más personal de la radio para poder llevarlo.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Tener muy clara la idea y apoyo institucional. Trabajo en conjunto con órganos de gobierno y personal de la propia emisora.

1.9- UPV Ràdio. Universitat Politècnica de València

UPV Ràdio se creó en el año 2002, constituyéndose como una de las emisoras universitarias más antiguas de España. Para la obtención de los datos que conformarán el análisis de esta estación entrevistamos a Carmen Revillo, cuyo cargo es Directora de Programas de UPV Televisión, ejerciendo además la coordinación de la emisora de radio universitaria junto con la realizadora de la misma.

Entre los aspectos destacables de esta radio, señalaremos la estabilidad de la plantilla que trabaja en ella, aunque pertenece al Área de Comunicación de la universidad, por lo que no presentan una dedicación exclusiva a la estación. Otro elemento a tener en cuenta es que debido a que la emisora universitaria cuenta con el mismo CIF que la Universitat Politècnica de València (UPV), no se otorga la posibilidad a los propios alumnos de la UPV de hacer prácticas en la radio de la misma, aspecto a tener en cuenta para que no se cometa como error en la creación de futuras estaciones de radio universitarias.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO

1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Carmen Revillo Rubio, Directora de Programas de la UPV Televisión, ejerce de coordinadora de la UPV Radio.	
	Nombre emisora	UPV Radio	
	Universidad	Pública	Universitat Poliècnica de València.
		Privada	
	Año de creación de la emisora	2002	
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad: Depende del Área de Comunicación de la UPV que a su vez depende del Jefe del gabinete del Rector.	
	Financiación	Universidad Presupuestos de la UPV	
		Patrocinio Un programa cuenta con un pequeño patrocinio. Estamos abiertos a ello.	
		Otra	
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?	
		No ¿Por qué? Somos una radio sin ánimo de lucro por lo que sería incompatible.	
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Tenemos un programa con la Coordinadora Valenciana de ONGs y tenemos varios programas, colaboramos con AVAPACE y ARCOIRIS, por ejemplo tenemos el programa <i>No está todo dicho</i> .	
	Tipo de cuñas	Promos propias	x
Patrocinio			
Institucionales		x	
Sociales			
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	3	La informativa desde el punto de vista de la labor divulgativa que llevamos a cabo.
	Formativa	4	
	Informativa	1	
	Entretenimiento	5	
	Social	2	

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	<p>Ejemplo: <u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> ...</p>	<p>Una realizadora de radio: realiza los programas, se ocupa de contenidos web y coordina los estudios.</p> <p>Y un técnico de telecomunicaciones.</p> <p>Unos 50 colaboradores internos de la UPV y externos.</p> <p>La plantilla del área de comunicación tiene cierta interrelación con la radio, pero no están exclusivamente en la radio, serían en este caso 3 periodistas.</p>

Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	PD:
	PAS: realizadora y 7 personas compartidas con la UPV TV.
Voluntarios no remunerados número	Contratado no PDI ni PAS: Técnico Telecomunicaciones
	Contratado de prácticas:
	Becado alumnos C. Comunicación: No puede tener propios de la UPV porque tienen el mismo CIF, pero sí de otras universidades.
	Becado alumnos otras titulaciones:
	Colaboradores externos pagados:
	Otros:
	PD: 3
	PAS: 1
Alumnos C. Comunicación: 1	
Alumnos otras titulaciones: Alumnos UPV: 6 Alumnos Universidad Senior: 4 Estudiantes otras universidades: 7 Ex becarios de FP Grado Superior: 2	
Colaboradores externos: Antiguos alumnos UPV: 18	
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo?
	No.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No, Sí A través de las universidades que tienen Grados en Comunicación Audiovisual, Periodismo, Traducción e interpretación, su marco general.
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	A través de la web y de nuestra carta de servicios, tenemos puesto todo el año el contacto con los requisitos.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Envían el correo con el modelo relleno con los datos del programa que lleva a grabar un piloto, si la grabación es aceptable, lo admitimos.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Tenemos una parrilla predeterminada. Usamos mucho el diferido. Recibimos programas ya grabados, trabajamos muy poco el directo. La realizadora tiene su propio programa, edita espacios y realiza las grabaciones. Así se va completando la parrilla y la web, puesto que los programas se suben a la misma. Se emite un informativo diario a las 15:30h que se redifunde a las 20:30h., que se trae de la TV, tiene algunos errores puesto que no se da paso a los totales.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO		
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA		
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual?	No.
	¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	Sí.
	¿Asignaturas de radio que se imparten? Expresión oral y locución Proceso de realización radiofónica Taller de formatos radiofónicos.	
	Emitimos algunos de los programas que ellos hacen en el campus de Gandía pero físicamente no vienen aquí a la	

		radio, siempre que pasen nuestro filtro, por supuesto.	
¿Y en Periodismo?	No.	No se oferta	
	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
	Taller	x	A veces algún taller de un día. Taller para acercar la radio y la televisión a alumnos de secundaria y personas con discapacidad.
	Curso	x	Se hacen a veces, por ejemplo un curso de locución.
	Asignaturas grado		
	Otro		
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Tenemos 4 titulaciones que están acreditadas por ABET, (organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, dedicada a la acreditación de programas de educación universitaria o terciaria en disciplinas de ciencias aplicadas) y nos gustaría aportar como radio y como tv, en este sentido, servir como instrumento para trabajar algunas competencias transversales. Estamos trabajando en ello.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí , por supuesto. Sea de la temática que sea, el programa te lleva a buscar información, entrevistar, te enfrentas a programas informáticos, solucionar pequeños problemas, etc. Todo lo que te aporta es formación y te abre al mundo de la cultura.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
		Otros ¿Cuáles? A nivel periodístico suele faltar la práctica de enfrentarte al día a día, a resolver problemas y adecuar el lenguaje. La radio requiere otro lenguaje. A veces un poco de falta de iniciativa en algunos, a la hora de buscar temas.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí , depende del alumno, no al 100% de los casos, pero sí. Menos el tema de la falta de iniciativa de algunos, todo lo demás, sí.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí . ¿Cómo? Como tutores de prácticas regladas las debemos evaluar rellenando su informe y tienen su nota que forma parte de su formación.		
	No.		
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x	¿Cuántos? A los alumnos propios de la UPV no, por el tema de que tenemos el mismo CIF, pero a los alumnos que llegan de otras universidades si les otorga su universidad créditos ECTS.
	Certificado		
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO		
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA		
Tipo de emisión	Ondas FM	102.5 FM
	On line	Sí, lo mismo que en FM.
	Podcast	Sí, en la web de la radio e Ivoox
Horario de emisión	24 horas al día	Con aproximadamente 1 hora diaria de directo más 3 horas de directo de retransmisión de futbol una vez por semana.

	X horas al día
Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Antena de dipolo con 1kW de potencia . Seratel 8,25W.alcance área metropolitana.
¿La emisora tiene página Web?	Si, http://www.upv.es/pls/oreg/rtv_web.ProgRadioDirecto?p_idioma=c
¿Recurren a algún software de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Intranet de la web de la UPV
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Si, Adobe Media Server.
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Si, UPV 2.0
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Viva
¿Posee la emisora software de gestión de continuidad?	VivaFrame de ASPA (Versión anterior del XFrame)
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows
¿Cuál es el software de grabación y edición?	Sound Forge y Sony Vegas
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	2 ordenadores y una tablet
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	2
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	1 a parte de los 2 estudios
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En los dos
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	2

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO		
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA		
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista
		Especializada
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques
		Mosaico
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, se bebe también de los programas de la UPV TV, por ejemplo <i>Semillas de Ciencia</i> de ARU y el programa <i>Prisma</i>.
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	35 más 2 de la TV
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 89€/mes y a AGEDI 26€/mes aproximadamente. Sí, hay un convenio firmado con SGAE y con AGEDI. A SGAE se le paga anualmente 1033,20 € A AGEDI se le paga anualmente 319,92 €.

¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No.
--	------------

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Tenemos descargas y visitas a la web. FM no medimos, es muy caro.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 557 seguidores Facebook: 454 me gusta. Twitter y Facebook de la RTV UPV. A día 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	483.781 visitas a la web de la emisora. 596.950 descargas de <i>podcast</i> al año.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	No. Cuando cumplimos 10 años hicimos varas cosas al aire libre, pero ahora no.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No. Nuestro objetivo es formar, además no tenemos medios para saber cuántas personas nos escuchan en FM.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí. Nos regimos por el plan estratégico de la UPV, que a nivel deontológico si ofrece algunas orientaciones. Está a punto de aprobarse el Plan estratégico actual.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	Sí. Todo lo que vaya en contra de nuestra constitución. Apelamos a la libertad de expresión manteniendo ciertos límites. No se puede insultar, si ocurre se da un toque de atención.
	¿Existe una línea editorial definida?	Escrita no. Lo que indica el plan estratégico, misión, visión y valores de la UPV como universidad.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No. Estamos trabajando en ello.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí. Hay carteles que indican que no se pueden hacer ciertas cosas, pero no hay un decálogo escrito.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPV RÁDIO		
8.OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Yo lo espero y lo deseo. Con un poco de voluntad se podría llegar a obtener un hueco en el dial.

	¿Qué mejoraría de la emisora?	Mejoraría el tema del reconocimiento a nivel universitario y académico la labor de todos los colaboradores, solucionaría el tema de las prácticas de los propios alumnos de la UPV, que de momento no los podemos acoger como alumnos en prácticas, realizaría más campañas de promoción para dar a conocer la emisora y hacer una llamada de proyectos como hacen otras radios universitarias.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Mucha información previa, ganas, entusiasmo, definir el modelo bien antes de empezar y costes que va a tener.

1.10- Vox UJI Ràdio. Universitat Jaume I

Vox UJI radio es una emisora que pertenece al Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universidad Jaume I, que nace en el año 2004. A su vez, la emisora se encuentra dentro del Área de Relaciones Informativas, y la plantilla de la misma está formada por cuatro periodistas que no se dedican en exclusiva a la emisora pero que realizan parte de su trabajo en ella.

En esta emisora hay dos técnicos cuyas labores se realizan la mayoría del tiempo en la estación, pero que también pueden tener que cubrir en determinadas ocasiones otras áreas. Se trata por lo tanto de una emisora institucional, cuya función según su coordinadora, Carmen Aparisi,¹²⁰ es una combinación formativa y social a la vez que institucional, puesto que se trata de un medio público mediante el cual la universidad da cuentas a la sociedad, que es quien la financia debido a su carácter de universidad pública.

Es una emisora abierta a voluntarios y a la participación de alumnos de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, cuya colaboración se realiza a través de contratos de prácticas no remuneradas asociadas a los planes de estudio de sendas titulaciones. El resto de participantes son voluntarios que reciben un certificado que indica las tareas llevadas a cabo en la emisora.

¹²⁰ Aparisi, M. C. (22 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Vox UJI Ràdio. (R. Pinto, Entrevistadora)

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO

1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	M ^a Carmen Aparisi Coordinadora de contenidos Vox UJI Radio desde 2004.		
	Nombre emisora	Vox UJI RADIO		
	Universidad	Pública	Universitat Jaume I	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	2004		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad Servicio de Comunicación y publicaciones de la Universitat Jaume I dependiente de Rectorado.		
	Financiación	Universidad A partir de la universidad Patrocinio Otra		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué? No ¿Por qué? No se contempla, entendemos que la emisora es un medio de comunicación más de la universidad y es un medio sin ánimo de lucro. De momento no se ha contemplado, además no disponemos de licencia.		
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Colaboramos con ONGs y fundaciones que realizan programas con nosotros y les emitimos cuñas de determinadas campañas, a Médicos sin fronteras, y otras ONGs, Cruz Roja, aquella ONG que nos pide colaboración tiene las puertas abiertas. La Fundación Patín lleva muchos años haciendo programas con nosotros, por ejemplo.		
	Tipo de cuñas	Promos propias	x	Sobre todo de programas, puntualmente alguna promo de alguna actividad propia de la universidad.
		Patrocinio		
		Institucionales	x	
	Sociales	x		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	2		
	Formativa	3		
	Informativa	1		
	Entretenimiento	4		
	Social	5		

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Ejemplo: <u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS <u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual	Vox UJI Radio forma parte del Servicio de Comunicación y Publicaciones y está dentro de una de las áreas, que es el Área de Relaciones Informativas. En este área estamos trabajando 3 periodistas y otra compañera más que es periodista en temas de Unidad de Cultura Científica, y no estamos dedicadas en exclusiva a la radio. Hay dos compañeros técnicos que si se dedican a la radio en exclusiva.

<p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>El resto son colaboradores son alumnos, PDI, PAS, alumnos de la universidad para mayores y colaboradores externos.</p>
<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo</p>	<p>PD: PAS: Son 6 PAS, 2 con dedicación exclusiva la mayoría del tiempo, los técnicos. Contratado no PDI ni PAS: Contratado de prácticas: Becado alumnos C. Comunicación: Becado alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos pagados: Otros:</p>
<p>Voluntarios no remunerados número</p>	<p>PD:11 Hay un profesor de Didáctica que realiza las prácticas de su asignatura en la radio. PAS: 15 Alumnos C. Comunicación: 40 Tenemos, pero sin remuneración y sus prácticas se realizan en todo el área no solo en la radio. Son prácticas curriculares y suelen ser 2. Alumnos otras titulaciones: 24 Colaboradores externos: 50</p>
<p>¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?</p>	<p>Sí. ¿Cómo? No.</p>
<p>¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?</p>	<p>No. Propia de la radio no, se hace a través de la universidad el tema de las becas de los estudiantes, antes sí que teníamos becas de colaboración, pero hace ya dos años que no podemos. Si, ¿Documento disponible?</p>
<p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p>	<p>Son estudiantes en prácticas de 4º de Grado o 5º de Licenciatura, empiezan en septiembre. A principios de curso se solicitan. Nosotros somos una de las empresas que se ofertan para hacer prácticas. Depende de los responsables de prácticas de cada titulación.</p>
<p>¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?</p>	<p>A través de los responsables de prácticas de cada titulación.</p>
<p>¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?</p>	<p>Tenemos un calendario de grabación y otro de emisión. Los técnicos programan y editan los programas que se van a emitir y realizan la lista de emisión. Cada programa tiene asignada un día y hora de grabación de forma fija. Los colaboradores traen sus guiones y música y graban. Si no pueden grabar en su día y hora se les busca otro hueco. Nosotros desde el área preparamos un informativo semanal con las notas de prensa que hacemos para el resto de medios y preparamos el informativo que se emite de 10:30 a 11:00h los lunes.</p>

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Teoría Y Técnica de la radio y tv Programación en Radio y Tv Edición y producción de programas informativos en radio y tv No tienen las prácticas asociadas a la radio universitaria.	
	¿Y en Periodismo?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Información radiofónica Edición y producción de programas informativos en radio y tv I y II Locución en radio y tv. No tienen prácticas asociadas a la radio universitaria La radio es un medio institucional de la universidad abierto a todos los que quieran colaborar, pero las prácticas de las asignaturas las hacen en sus instalaciones, es verdad que se podrían aprovechar algunos trabajos para emitirlos en la radio, pero de momento no existe esa coordinación.	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller		
		Curso		
		Asignaturas grado		
		Otro	x	No, se les va guiando en el día a día. A principio de curso se les indica cómo funciona todo y aquellos que están interesados en hacer autocontrol, los técnicos les explican cómo funciona todo, cómo ajustar niveles, dejarlo todo cuando acaban, etc.
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Yo creo que sí , toda práctica que se pueda hacer durante los años de estudio en la universidad va a complementar y aportar una experiencia que en el aula no se consigue. Se adquiere conocimiento, saber hacer, encontrarte con problemas del día a día. Conocer el trabajo real como te lo vas a encontrar. Experimentar con diferentes formatos, ser un poco más creativos, etc. Por la colaboración voluntaria no se les paga, pero sí se les hace un certificado.			
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)		
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)		
		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)		
	x	Otros ¿Cuáles? No saben de dónde obtener la información, es un problema para ellos buscar la fuente, observo falta de recursos propios o de iniciativa a veces. Ejemplo: programa de deportes, el colaborador dice que si acaba la liga ya no hace programa, les animo a seguir y buscar otras informaciones para dar, deben seguir aunque no haya liga.		
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí, se les nota la evolución.			
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo?			
	No.			

¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x	¿Cuántos? Sí, A los alumnos de prácticas se les hace un informe.
	Certificado	x	Se les hace un certificado a los voluntarios y colaboradores.
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	107.8 FM	
		On line	Sí, lo mismo que en FM	
		Podcast	Sí, desde web propia, e iVoox.	
	Horario de emisión	24 horas al día	Todo diferido.	
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Relación de equipos instalados en el emisor del Bartolo: - Transporte: Antena RX: parábola 1,20 cm OMB Receptor: MR 1.5-1,6 5W PLATINUM OMB Frecuencia de enlace 1655 MHz Polarización Horizontal - Emisión: Excitador transmisor LINK MK1 SLIM SERIES 1W Amplificador LINK CSSC 600W		
	¿La emisora tiene página web?	Sí , http://www.radio.uji.es/		
	¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Es mixto, primero trabajamos con Oracle y se han implementado diferentes utilidades de manera que ya hay parte de la gestión que antes se realizaba en Oracle, ahora se hace desde la web. Pretendemos llegar a hacerlo todo desde la web. El diseño de plantilla es de Arcsin Template .		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	De la universidad		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	XFrame		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame		
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows		
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Audacity, Sound Forge y XFrame		
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	6 compartidos, de esos 6, de radio hay 2 en los que está instalado el Sound Forge.		
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	1		
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	El mismo			
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Si			
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	5 ó 6			

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO

5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, hay un programa quincenal que se titula "Ventana a la ciencia"	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Unos 50-52 programas	
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	Se le paga a SGAE de forma anual, sin datos.		
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO

6.AUDIENCIA

AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Usamos Google Analytics e iVoox.	
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Cada programa tiene su propio Facebook y Twitter. Nosotros tenemos el genérico de la universidad. No lo podemos medir.	
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Por Google Analytics Media de visitas al año (2013/14): 129.100 Media de descargas al año de <i>podcast</i> (2013/14): 123.700	
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí. A final de curso, sobre mayo, se manda un mail a toda la comunidad universitaria abriendo la convocatoria para presentar propuestas de programas. Se estudian y después se incorporan a programación. A través del boletín electrónico informamos de los programas que se incorporan a la emisora. Antes hacíamos cartelería, pero ya no.	
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí, para todo medio de comunicación es importante, lo que pasa es que es relativo. No tenemos que conseguir publicidad. Nosotros tenemos esa vertiente formativa y social, por lo que admitimos propuestas de todo tipo que no tienen cabida en emisoras comerciales. Es importante porque el trabajo que hacemos debe llegar al público pero no es algo que nos obsesione.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO

7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO

CÓDIGO D.	¿Disponen de código deontológico?	No, pero nos regimos por los Estatutos de la propia universidad y por los principios que ahí constan.	
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No, pero siempre respetando esos principios y desde el respeto. Tienen que tener autocontrol, es una emisora de una institución pública que tiene una imagen.	

	¿Existe una línea editorial definida?	No
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	No , realmente se transmiten cuatro ideas básicas que se comentan a principio de curso sobre el funcionamiento de la emisora. Cómo vamos a funcionar, cómo va el calendario de grabación, etc.

CUESTIONARIO RESPONSABLE VOX UJI RÁDIO		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Me gustaría. Se debería contemplar esa opción para poner en valor el trabajo que se hace desde este tipo de emisoras.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Tal vez el tema de las redes sociales, o tener una aplicación. A nivel de infraestructura, estaría bien contar con una pequeña sala de edición para poder grabar y editar cortes si el estudio está ocupado.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Mucho ánimo, al principio cuesta mucho poner en marcha este tipo de proyectos, a la larga compensa porque se ofrece un servicio a la ciudadanía, es un medio a través del cual la universidad da cuentas a la sociedad, que es quién la financia.

1.11- Radiouniversidad.es o UAL Radio. Universidad de Almería

UAL Radio es la tercera y última radio universitaria que se ha creado en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Nace en el año 2010 bebiendo de las enseñanzas de las más veteranas UniRadio Huelva y UniRadio Jaén.

En esta emisora universitaria la responsabilidad recae sobre su coordinadora, Esther Benavides, que a su vez trabaja para la Fundación Mediterránea Universidad Empresa, encargándose de la comunicación de la Universidad de Almería junto con otro compañero. Benavides se encarga de la gestión completa de la emisora, así como de instruir a los estudiantes que se incorporan a la misma.

Desde un punto de vista meramente formativo, este modelo no permitiría a nuestro juicio proporcionar una formación completa al alumnado, ya que se trata de una estructura de trabajo que deja caer toda la responsabilidad de la estación de radio universitaria sobre una misma persona, que a su vez tiene una carga importante de tareas de comunicación

relacionadas con la universidad. Estimamos el tiempo dedicado al aprendizaje y corrección del trabajo en la radio de los alumnos sería un aspecto fundamental y continuado, algo que difícilmente se puede lograr si al frente de la estación se sitúa una sola persona con otras muchas tareas asignadas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Esther Benavides Responsable Radiouniversidad.es		
	Nombre emisora	Radio Universidad. Es o UAL Radio		
	Universidad	Pública	Universidad de Almería	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	2010		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad Encomienda de Gestión a la fundación Mediterránea Universidad Empresa, que a su vez tiene una Oficina de Comunicación, que es la que se encarga de la gestión de la radio universitaria. Orgánicamente al Gabinete de Comunicación adscrita al Rectorado, que es a quien pertenece las instalaciones de la radio universitaria.		
	Financiación	Universidad Fundación Mediterránea Universidad Empresa. La radio pertenece a la Oficina de Comunicación de la Fundación Mediterránea.		
		Patrocinio.		
		Otra.		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?		
		No ¿Por qué? Es complicado porque desde el punto de vista legal tampoco tenemos muy claro cómo lo podríamos llevar a cabo. Quizá cuando salga la nueva Ley Audiovisual de Andalucía tengamos un marco jurídico más claro.		
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
Sí. ¿Cuál/es? En ese sentido sí, por ejemplo con Cruz Roja todas las campañas que ellos llevan a cabo o bien hacemos nosotros la cuña o bien nos pasan cuñas que ya tienen. También con el Banco de Alimentos, también con ONGs que son locales por ejemplo aquí en Almería Anda. En ese sentido sí que estamos abiertos y sí que emitimos cuñas o por ejemplo cuando nos llega desde ARU alguna difusión de la una de alguna ONG que le interesa tener repercusión en varios medios también.				
Tipo de cuñas	Promos propias			
	Patrocinio			
	Institucionales		x	
	Sociales		x	
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional		4	
	Formativa		3	
	Informativa		1	
	Entretenimiento		5	
	Social		2	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Estoy yo como coordinadora. Normalmente con los estudiantes lo que hago es que dedico bastante tiempo a estar con ellos al principio y eso me ayuda mucho porque luego se sueltan rápido en la parte técnica.</p> <p>Yo además llevo los suplementos de la universidad en distintas publicaciones, elaboro los planes de comunicación, y todo ello conjunto con la coordinación de la radio.</p> <p>Yo estoy contratada por la Fundación porque la emisora no tiene entidad para contratar, soy personal de la Fundación Mediterránea Universidad Empresa.</p> <p>En cuanto a becarios hemos tenido alumnos de Humanidades que han hecho aquí prácticas curriculares. Son prácticas sin remuneración porque son propias de la carrera.</p> <p>Este trimestre también he tenido un voluntario pero no era estudiante, se ha ido porque ha encontrado trabajo.</p> <p>Ahora mismo sólo tenemos un colaborador externo, un técnico que viene a realizarle a los estudiantes por la tarde la parte técnica.</p> <p>Colaboradores que vengan habitualmente a hacer los programas tenemos 12 alumnos y 3 PAS y 3 alumnos del master de sexología.</p>
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD:</p> <p>PAS:</p> <p>Contratado no PDI ni PAS: coordinadora, personal de la Fundación, radio entre otras funciones.</p> <p>Contratado de prácticas:</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
	Voluntarios no remunerados número	<p>PD:</p> <p>PAS:3</p> <p>Alumnos C. Comunicación:</p> <p>Alumnos otras titulaciones: 12+3+3 de prácticas curriculares.</p> <p>Colaboradores externos: 1 técnico</p>
	¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo?
		No.
	¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No
		Sí, ¿Documento disponible? la normativa es la propia de la Fundación.
	¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Sí, lo hacemos para las prácticas curriculares desde la Fundación Mediterránea para desarrollar tareas propias de la Oficina de Comunicación. Hacen un poco de todo. Este tipo de prácticas se solicita desde el año pasado sobre mayo.

¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	La selección se hace sobre todo basándonos en la motivación. Se hace a través de Ícaro un programa de empleo implantado en muchas universidades, si podemos acoger a todos los que lo solicitan fenomenal. Si no, pues por la motivación que tengan una vez que le explicas el trabajo que van a realizar.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	<p>Llego a las 8:00 miro todo lo que hay, miro las redes sociales de la universidad, las redes sociales de los servicios más activos como son la biblioteca, el centro de deportes, etcétera, las notas hago un repaso y preparo porque a las 9:00 tenemos un informativo en directo.</p> <p>El informativo dura entre 5 y 12 minutos, normalmente no tiene cortes a excepción del lunes y el martes.</p> <p>Después me reúno con el otro compañero del Gabinete de Comunicación para ver lo que hay y organizarnos, y es el momento en el que aprovecho para ver cómo van los suplementos.</p> <p>A las 10:30 vuelvo a la radio porque de lunes a jueves los mayores hacen <i>Querer saber más</i>, un programa que se lleva haciendo desde el principio. Lo grabamos y después hacemos una redifusión a las 17:30 y otra a las 21:30h.</p> <p>Después de ese programa si encuentro un tema cuya producción sea sencilla, una entrevista a un especialista, por ejemplo, se hace un programa de unos 25 minutos-media hora. Se puede hacer dependiendo de si tenemos voluntarios trabajando en la radio o no y se introduce después del informativo que emitimos justo a las 14:00h, donde sí hay más cortes. Ese informativo se difunde a las 16:00 a las 21:00h.</p> <p>Los lunes tenemos un programa de sexo realizado por las alumnas del Máster de Sexología y se graba a las nueve y media cada 15 días. Hay otro programa de música que lo hacen los alumnos solos porque saben manejar la mesa, y otro los viernes del Club Deportivo Universitario que va de fútbol y de natación que se emite en directo y después se difunde sábados y domingos.</p>

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO				
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA				
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No	No se oferta	
		Sí	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Y en Periodismo?	No	No se oferta	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller		
Curso				
Asignaturas grado				
Otro		x	Nosotros creemos que la competencia en comunicación se puede desarrollar también a través de la radio universitaria. Hemos comprobado que los estudiantes que	

			<p>participan mejoran en cuanto a la recopilación de información se refiere, su resumen, la capacidad de hablar en público. Por ello el año pasado junto a dos profesoras sí que trabajamos para que el alumnado presentara su trabajo fin de curso en formato radio también lo hemos hecho con el alumnado de Máster. Este año la idea es hacerlo con otros cuatro grupos. Deben convertir su trabajo final en un guión radiofónico y en un programa de radio.</p> <p>Aquí no se hace un curso ni un taller. Yo les doy un trabajo previo que tienen que realizar y ellos ya vienen con un guión sobre el que trabajar siempre de una forma práctica. En una semana o dos están grabando el primer programa, la clave está en aprender sobre la marcha, lo único que tienen que traer es un guión hecho.</p>
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	En la competencia comunicativa sobre todo.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	No sé si más completa o no, pero si sé que cuando uno está haciendo las labores propias de un programa radiofónico está desarrollando competencias. Es cierto que otros alumnos pueden desarrollarlas por otras vías, lo que existe y hemos constatado aquí es que cuando un alumno tiene que recopilar información, síntesis de datos y exponerlos de una forma atractiva, un alumno de cualquier titulación va a poder desarrollar estas competencias mejor. Se trabaja también el trabajo en equipo, que es muy importante.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	Otros ¿Cuáles? Es algo que veo en general, nuestra dificultad para expresarnos oralmente. También tenemos muchas muletillas, por eso le pedimos sobre todo al principio que lo traigan todo por escrito.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí , por supuesto. Les ayuda si no tienen formación específica sobre medios de comunicación, ya que tienen que hacer una reflexión sobre ello. Además como esto es voluntario y es una experiencia práctica lo aprovechan bastante		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo?		
	No . Un año intentamos hacer un trabajo pasando un test después pero no lo completamos. Fue por falta de tiempo, pero vemos la comparativa entre el trabajo de los alumnos en el primer programa y en el último y es sorprendente.		
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS		¿Cuántos?
	Certificado no		
	Nota numérica no		
	No .	x	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO

4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

Tipo de emisión	Ondas FM	98.4 de FM
	On line	Ahora no funciona por problemas con la web.
	Podcast	Si en iVoox

Horario de emisión	24 horas al día	Con unas 2 horas diarias de directo
	X horas al día	
Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Dipolo, potencia según la ley.	
¿La emisora tiene página web?	Sí , http://www2.ual.es/radioual/bienvenido-a-radio-universidad-ual/	
¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	WordPress	
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Propio de la universidad	
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No . Fuimos la primera emisora que tuvimos aplicación móvil. La tuvimos, pero no la podíamos mantener, hay que ir actualizándola. El creador se la vendió a la Radio de la Universidad de Extremadura.	
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	ZaraRadio	
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	ZaraRadio	
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows	
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Audacity	
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	1	
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	1	
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	1, es el mismo estudio	
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí	
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	1	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista Especializada	Sería algo mixto porque solo tratamos temas de la universidad en algunos programas.
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Si , diariamente, en el informativo y desde ARU nos llega <i>Semillas de Ciencia</i> .	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Unos 10.	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 90€/mes aproximadamente. Contrato con la SGAE, lo mínimo que pagamos es 75€ más IVA, es lo mínimo estipulado.	
	¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Sin datos de FM. Antes trabajábamos con el Analytics.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Las Redes sociales que se usan son las propias de la Universidad de Almería, porque la web de la radio no está operativa.
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Web no operativa, iVoox sin datos.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , pero no muy a menudo.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí , pero no mucho, es más importante el concepto de participación.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí . Nuestras normas de estilo nos las pasaron los compañeros de Huelva.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No .
	¿Existe una línea editorial definida?	Sí , la del Gabinete de Comunicación.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	Sí . Lo mismo que nos pasó la Universidad de Huelva.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí . La copiamos de Uniradio Huelva. Darle prioridad a los temas de investigación, formación, aportar informaciones serias, contrastadas, etc.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIOUNIVERSIDAD.ES O UAL RADIO		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Yo espero que por lo menos en Andalucía cuando se apruebe la Ley nueva audiovisual sí. En España lo veo más complicado dependerá de cada comunidad. Y al nivel estatal ya veremos.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	La dotaría de más recursos técnicos y personales
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Que se trabaje mucho en la formación. Si hay Grado en Comunicación, que se hablara estrictamente con el profesorado para crear una vinculación y que se establezca un fuerte vínculo con la sociedad y con los movimientos sociales, sobre todo con los jóvenes, con asociaciones de barrio, que hubiera una implicación directa con la sociedad que rodea la emisora. Y si no hay Grado en Comunicación, que se trabaje mucho con los estudiantes en lo que sería la formación práctica.

1.12- Radio UVA. Universidad de Valladolid

Onda Universitaria Radio Valladolid o Radio UVA es una emisora universitaria que nace en el año 2.012, situándose entre las más jóvenes del panorama español de estaciones de radio universitarias. Su funcionamiento se construye a través de *podcast* realizados por los alumnos. Según su directora, Nereida López,¹²¹ su forma de trabajar consiste en ofrecer una radio de almacenamiento, radio 2.0 emitiendo on line. Esta estación nace como Proyecto de Innovación Educativa en el que se encuentran implicados de manera voluntaria y sin recibir nada a cambio, tres profesores de la Universidad de Valladolid y dos alumnos, incluyendo a la directora.

En el plano académico, Radio UVA está totalmente vinculada a las prácticas de la asignatura “Radio Informativa” ubicada en el segundo curso del Grado en Periodismo de la Universidad de Valladolid, de carácter obligatorio. Es destacable la posesión de antena por parte de la emisora, y la no utilización de la misma, por falta de licencia local. Por otra parte, la directora indica que en este momento es más económico y rápido emitir de la forma en la que lo hacen en la actualidad, es decir, a través de *podcast*.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA			
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA			
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Nereida López Vidales, directora de Radio UVA y profesora titular Área de Periodismo Universidad de Valladolid.	
	Nombre emisora	Onda Universitaria Radio Valladolid. Radio UVA.	
	Universidad	Pública	Universidad de Valladolid
		Privada	
	Año de creación de la emisora	2012	
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes	
Universidad		Decanato de la Facultad de Filosofía y Letras.	
Financiación	Universidad	La financiación en principio es pública, ayudas a la investigación y para la	

¹²¹ López, N. (02 de 02 de 2015). Directora Onda Universitaria Radio Universidad de Valladolid. Radio UVA. (R. Pinto, Entrevistadora)

	compra de material docente. La aporta un tanto el Área de Periodismo del Departamento de Historia Moderna Contemporánea de América Periodismo y Comunicación Audiovisual, y el Decanato de la Facultad de Filosofía y Letras. Es también un proyecto aprobado por el Vicerrectorado de Investigación de la Facultad de Valladolid como Proyecto de Innovación Docente.											
	Patrocinio											
	Otra											
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué? No ¿Por qué? No porque es una emisora universitaria que en principio tiene una vocación que responde a la universidad, al carácter de la universidad que también es público, por lo tanto entendemos que la publicidad no puede tener cabida aquí. Es una emisora de carácter formativo no da lugar a ello.											
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Siempre y cuando sean de la universidad por ahora sí. Tanto con la Oficina de Cooperación al Desarrollo como el Observatorio de Derechos Humanos son asociaciones que están reconocidas y dependen de la propia Universidad de Valladolid.											
Tipo de cuñas	<table border="1"> <tr> <td>Promos propias</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Patrocinio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Institucionales</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sociales</td> <td></td> </tr> </table>	Promos propias	x	Patrocinio		Institucionales		Sociales		Única y exclusivamente tenemos autopromos y promos de actividades que tienen que ver con el Área de Periodismo y con nuestra facultad.		
Promos propias	x											
Patrocinio												
Institucionales												
Sociales												
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	<table border="1"> <tr> <td>Institucional</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Formativa</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Informativa</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Entretenimiento</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Social</td> <td>5</td> </tr> </table>	Institucional	2	Formativa	1	Informativa	3	Entretenimiento	4	Social	5	Yo diría que la función fundamental es la formativa y la siguiente opción estaría dividida entre todas las otras. Menos la función formativa, yo diría que las demás tienen escasa repercusión. Son necesarias porque van con la formación pero no son un objetivo prioritario en ningún caso.
Institucional	2											
Formativa	1											
Informativa	3											
Entretenimiento	4											
Social	5											

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA		
2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	Organigrama actual Ejemplo: <u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS <u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual <u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen No tenemos todavía un organigrama jerarquizado, pero sí tenemos por una parte lo que es la dirección y la organización, tanto de contenidos como de calidad, como de planificación de grupos, y lo llevamos tres profesores y dos alumnos voluntarios. Nosotros formamos parte del Proyecto de Innovación Docente. El resto es grabación, clases, seminarios, publicaciones y demás programas que tienen que ver con los alumnos. Todo ello lo organizo yo, porque soy la Profesora Titular de Radio Informativa y por decirlo de alguna forma, el núcleo de todo lo que se hace en Radio UVA. El año pasado tuvimos a tres estudiantes en prácticas, las prácticas de los grados no tienen remuneración. Se reconocen las 300 horas que corresponden a los 6 créditos de esa asignatura que se denomina Prácticas Externas. Todos los que trabajamos no recibimos ningún tipo de remuneración económica.
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y	PD: PAS: Contratado no PDI ni PAS:

cargo	Contratado de prácticas:
	Becado alumnos C. Comunicación:
	Becado alumnos otras titulaciones:
	Colaboradores externos pagados:
	Otros:
Voluntarios no remunerados número	PD: 3 trabajan en el proyecto de innovación docente.
	PAS:
	Alumnos C. Comunicación: 3 alumnos prácticas fin de grado. Pasan unos 120-130 durante el primer trimestre, después se quedan unos 80-90 alumnos.
	Alumnos otras titulaciones: Unos 6.
Colaboradores externos:	
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo?
	No. No está reconocido a ningún nivel.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No. Propio de la emisora no. Va por la universidad el tema de las prácticas de los grados.
	Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	No hacemos ninguna convocatoria salvo la estricta y correspondiente a las Prácticas de Empresa y Empleo, que es ese organismo el que lo hace dentro de la universidad a principio de curso, con los datos y el perfil que necesitamos y un calendario con las prácticas que tienen que hacer a lo largo del año para cumplir las trescientas horas. El resto de voluntarios es algo que personalmente realizo yo, motivando a los alumnos desde el aula haciendo pequeñas llamadas, poniendo carteles y cosas por el estilo.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Hacemos una pequeña reunión, hay varias reuniones a lo largo del año, casi siempre una al mes, y lo que vamos haciendo es convocar a los alumnos que quieren hacer algún programa, discutirlo, les pedimos siempre un piloto grabado, que grabamos con ellos. Los alumnos que vienen a proponer sus programas suelen ser de segundo curso en adelante. Cuando plantean programas alumnos de primero, les ponemos en contacto con alumnos de segundo para que les ayuden un poquito en lo que sería las técnicas de grabación en radio.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Lo hacemos a base de plantillas horarias, tenemos peticiones por parte de los grupos. Estos grupos tienen la responsabilidad de cada 15 días grabar un programa y después publicarlo en la web. De esta manera ellos van solicitando sus horas de prácticas de grabación de ensayo y demás. Hay uno de los alumnos implicados en el Proyecto que se encarga de ir colocando en una plantilla horaria cuáles son las disposiciones de la emisora para que esos grupos puedan entrar a grabar, se les abra, se les cierre, se les atienda, y se les ayude en lo que sea pertinente. Lo que ellos deben hacer es una cobertura semiprofesional de actividades, de noticias que haya por la universidad, a veces actos que tengan que ver con su formación o con el periodismo en general en Valladolid.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.	No se oferta.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?		
	¿Y en Periodismo?	No.			
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio Informativa, 2º curso, Obligatoria, 6 créditos. Primer cuatrimestre. Asignatura estrictamente unida a la radio.		
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x	Sí, hacemos siempre y cuando hagan falta, lo que pasa que no están reconocidos por la universidad. Se trata de una iniciativa que tenemos nosotros con los alumnos. Por ejemplo ahora tenemos un taller de formación del nuevo <i>software</i> , de cómo se elabora hoy en día con el sistema de AEQ, que es el sistema que vamos a implantar ahora en la emisora de cara al próximo curso. Anteriormente hemos tenido seminarios de guionización radiofónica, hacemos talleres siempre que lo vemos necesario.	
		Taller			
		Curso			
		Asignaturas grado	x	Radio Informativa	
		Otro			
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Sí , todo tiene que ver con la asignatura. Lo que se pretende es que esa asignatura y la adquisición de ciertas competencias que tengan que ver con la radio continúen permanentemente hasta el final del grado.			
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí , por supuesto.				
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)			
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)			
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)			
	x	Otros ¿Cuáles? Trabajar en grupo, planificar y organizar todas las fases de producción de un programa. Además tienen fallos en redacción, en locución. Sobre todo desconocimiento de la producción en grupo y de la producción técnica. Ellos van adquiriendo competencias y eso es lo que luego evaluamos en el proyecto que tienen que presentar y en su memoria, más que habilidades, competencias para trabajar en equipo.			
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí , Muchísimo en todos los sentidos.				
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Sí . ¿Cómo? Sí, las de la asignatura. Ellos tienen que presentar como parte final de la asignatura de Radio Informativa un proyecto escrito que después defienden en directo en la emisora. Se trata de un proyecto de un programa que incluye, entre otras cosas, una memoria y una pequeña evaluación de 5 preguntas. En dicha				

		memoria deben señalar las ventajas y las desventajas de trabajar de la forma en la que lo han hecho, si les ha parecido suficientes las horas que han trabajado, cómo ha sido el trabajar en equipo, con qué problemas se han encontrado...	
		Si se quedan en la radio de forma voluntaria, cuando terminan se les entrega un certificado.	
		No.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de alumnos de C. Comunicación?	Créditos ECTS	x	¿Cuántos? Prácticas obligatorias 6.
	Certificado	x	A los voluntarios
	Nota numérica	x	De la asignatura sí.
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	Tenemos asignado un dial, 107.5 y antena, pero no licencia del Ayuntamiento, no la hemos solicitado. Tenemos emisor y dial. Ahora es más económico y rápido emitir por internet tal y como lo hacemos.
		On line	
		Podcast	web universidad.
	Horario de emisión	24 horas al día	
		X horas al día	
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No.	
	¿La emisora tiene página web?	Sí , http://www.radiouva.es/	
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	WordPress.	
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Lo hacemos con DinaHosting y Filezilla.	
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No. Estamos trabajando en ello.	
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Windows media, winamp	
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Ahora usamos ZaraRadio , pero vamos a poner AEQ.	
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows	
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Audacity.	
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?		
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	1 con 10 puestos con 8 micrófonos y uno de realización.	
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	El mismo.		
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	si		
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	1		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA				
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA				
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	Es un modelo de radio muy mixto, lo que pretendemos es incentivarles para que creen formatos diferentes, por lo general informativos y de entretenimiento. Todo tiene que ver con la formación. La mayor parte de los programas tienen que ver con la radio, el periodismo y la universidad.	
		Especializada		
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	Tenemos una parrilla que cambia cada año. Esos <i>podcast</i> se publican un día y a una hora determinada.	
		Mosaico		
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , a través de píldoras de conocimiento. Se llama <i>Radio Aula</i> .		
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	De media al año solemos tener 10-11 programas.		
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestiona. No emitimos música comercial, no llegamos un acuerdo con ellos, es por eso por lo que no tenemos programas musicales.			
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No.			

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA			
6.AUDIENCIA			
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	A través de las redes sociales. Tenemos una audiencia muy fragmentada, pasa por radio UVA para ver qué es a nivel general, lo que hemos publicado. Por lo general son seguidores de programas. Lo vemos por las personas alcanzadas por cada uno de los programas en sus respectivos audio blogs.	
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 529 seguidores Facebook: 495 me gusta A 12/03/2015	
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Ten en cuenta que estoy cambiando de servidores continuamente, buscando algo mejor, por lo que no van a ser nada fidedignos.	
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí. Cartelería sí, solemos llamar a los alumnos para que vengan a la radio y el <i>boca a boca</i> .	
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No. No es nuestro objetivo. No es una emisora comercial.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA			
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO			
	¿Disponen de código deontológico?	No. No tiene que ir por escrito. Lo ven en las asignaturas.	

	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No.
	¿Existe una línea editorial definida?	No.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí. Un documento de normas de funcionamiento interno que cambia cada año. Es un decálogo en el que se manifiesta el respeto, la planificación, el orden, el compañerismo, la colaboración, el cuidado con el material de la universidad, cuestiones referidas a la vulgaridad, noticias que no deben publicarse nunca. Es un documento interno nuestro. En caso de enviártelo esperaríamos a que esté la infraestructura de AEQ completa, ahora no te lo puedo enviar porque dentro de dos meses estará obsoleto.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UVA		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	No lo tengo muy claro, a ver, una cosa es lo que creo que se debería hacer, que es que todas las universidades dispusieran de una licencia si quieren emitir. Yo creo que las radios universitarias son una necesidad de formación, pero no tengo muy claro que tal y como está el panorama audiovisual, se vayan a conceder licencias para las emisoras universitarias. Se fomenta muy poco desde la administración ayudar a estas emisoras universitarias.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Lo mejoraría todo. Nos sobra ilusión, nos sobra motivación, nos sobra compañerismo, mano de obra voluntaria, pero nos falta infraestructura, tiempo para dedicarle a ellos, manos de gente un poquito más experta que nos pueda ayudar de una forma más continua...Falta un reconocimiento expreso a los profesores que trabajamos en la emisora, a los alumnos que colaboran de forma voluntaria, falta más despacio, más compromiso por parte de la universidad, más dinero.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Fundamentalmente dejarles hablar a ellos. Quiero decir, dejarles hacer a ellos. Aquí la experiencia de los que somos más mayores es importante para los más jóvenes como punto de partida, pero el resto, el desarrollo tiene que ser de los jóvenes. No podemos crear ni innovar si no les damos voz a ellos. No se trata de dejarles una libertad el 200%, hay que controlarlo hasta cierto punto, para mejorar la calidad y decirles, así lo puedes hacer mejor para ahorrarte tiempo y esfuerzo. Sobre todo hay que escucharles y dejarles hacer animando a que no repitan lo que ya hay.

1.13- Radio UniZar.es. Universidad de Zaragoza

Radio UniZar.es también forma parte de las estaciones de radio universitaria más jóvenes de España, cuya fecha de creación data del 2011. En esta emisora la emisión se realiza mediante *podcast*, procediéndose a la renovación de la parrilla cada viernes. Como aspecto a destacar, el sistema de voluntarios de esta estación es muy interesante: por orden de jerarquía, en el equipo de la radio se sitúan en primer lugar a la directora, Carmen Marta-

Lazo, que cuenta con la ayuda de dos profesoras asociadas y dos coordinadores que son alumnos, cuya labor se centra en el informativo semanal y en la distribución de contenidos para los doce redactores jefe que existen, uno por cada programa. La última pieza de esta cadena está formada por los redactores, que pertenecen a cada espacio en función de las necesidades de los mismos, de manera que los coordinadores están en el cargo menos tiempo que los redactores, para evitar que su saturación por la responsabilidad recibida.

Según Carmen Marta-Lazo,¹²² es una emisora que funciona a coste cero y aunque las instalaciones pertenecen a la universidad, no tiene ningún tipo de presupuesto asignado. Quien trabaja en la emisora lo hace de manera totalmente vocacional y las prácticas de las asignaturas no están ligadas a la radio, sin embargo, la selección de voluntarios y la categoría de los mismos sí se realiza mediante la observación del trabajo de los alumnos en las prácticas de las asignaturas de radio del Grado en Periodismo.

Se trata en suma de una emisora de carácter voluntarista y consolidada organización, que cuenta con las instalaciones de la Universidad de Zaragoza y que no recibe presupuesto alguno para su funcionamiento.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Carmen Marta Lazo. Directora Radio UniZar.es		
	Nombre emisora	Radio UniZar.es		
	Universidad	Pública	Universidad de Zaragoza	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	2011		
Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes			
	Universidad Gabinete de Imagen y Comunicación, dependiente de Gabinete de Rectorado.			

¹²² Marta-Lazo, C. (3 de Febrero de 2015). Entrevista Directora Radio UniZar.es. (R. Pinto, Entrevistadora)

Financiación	Universidad Las instalaciones son de la Universidad, pero funcionamos a coste 0. No hay ningún recurso destinado a la propia emisora.		
	Patrocinio		
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?		
	No ¿Por qué? No de momento, porque queremos que sea una emisora meramente informativa, con finalidad de servicio público, sin ningún tipo de coste.		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
	Sí. ¿Cuál/es? Sí, colaboramos con un programa que se llama <i>Con mucha miga</i> , cada semana hacemos entrevistas a una organización para dar a conocer cuáles son sus servicios. También dentro de un programa de Innovación Docente que se llama <i>Aprendizaje y servicio</i> de la Universidad de Zaragoza, en el grabamos distintos reportajes y además de emitirlos en la emisora y los cedemos por si los quieren utilizar en sus páginas web.		
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Solamente autopromociones.
	Patrocinio		
	Institucionales		
	Sociales		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	3	
	Formativa	2	
	Informativa	1	
	Entretenimiento	5	
	Social	4	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES		
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Ejemplo: <u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS <u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual <u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios	Estoy yo como directora haciéndome cargo de las necesidades, contestar a los correos, los colaboradores, las reuniones de programación con los alumnos... Hay dos profesoras asociadas que ayudan en la parte técnica para subir y escuchar previamente todos los <i>podcast</i> y también en las reuniones de programación. Y luego están los 40 alumnos que acogemos a lo largo de cada cuatrimestre. En los alumnos también hay categorías: Tenemos dos coordinadores que se encargan del boletín informativo y también de ir distribuyendo los contenidos para los redactores jefe. Y en cada sección hay un redactor jefe seguido de los correspondientes redactores. Funcionamos pues como una emisora profesional real. Tenemos un redactor jefe por cada uno de los programas y ahora mismo tenemos 12 programas. A ellos habría que sumarle unos 40 redactores más.
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	PD: PAS: Contratado no PDI ni PAS: Contratado de prácticas:
		Becado alumnos C. Comunicación: Hay 2 alumnas que llevan el Programa <i>Entérate con el Cipaj</i> que tienen beca, es de la Consejería de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza, de 300€ anuales.

	Becado alumnos otras titulaciones:
	Colaboradores externos pagados:
	Otros:
Voluntarios no remunerados número	PD: 3, junto con la directora. PAS: La técnico de medios audiovisuales del grado que también ayuda. Alumnos C. Comunicación: Hacen el <i>practicum</i> (Asignatura optativa del grado) dentro de la emisora. 2 coordinadores, 12 redactores jefe y 40 redactores Alumnos otras titulaciones: Unos 4 Colaboradores externos:
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo? No. Lo estamos trabajando, porque está recomendado solamente desde el punto de vista vocacional. Hace dos años conseguimos que nos descargarán un crédito a repartir entre las 3 profesoras, pero nos lo han quitado.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No. Las becas a través de la Universidad. Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	En segundo curso de grado yo imparto la asignatura de "Teoría de Géneros Informativos en Radio", y también los alumnos que están en ese momento en la radio van a dar a conocer en qué consiste la emisora para que los alumnos sepan que tienen la posibilidad de hacer prácticas en ella. Es una radio muy retroalimentaria, de manera que unos alumnos dan servicio a los otros y así van aprendiendo unos de otros.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Hacemos dos tipos de selección. Por un lado en las asignaturas de segundo relacionadas con la radio, tanto la mía como otra que se llama "Producción de Informativos en Radio", las profesoras, dependiendo de las 12 prácticas que tenemos a lo largo del trimestre, en función de cómo trabajan los alumnos en esas prácticas, seleccionan a los redactores jefes y a los redactores. Pueden entrar todos los que quieran como redactores que no tenemos ningún tipo de límite. Por otra parte para la selección de estas becas que otorga el Ayuntamiento sí que tienen que entregar un proyecto con un piloto grabado.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Los lunes empezamos con el consejo de redacción para repartir todos los temas te van a abordar a lo largo de la semana. Luego tenemos una distribución para las grabaciones de cada uno de los programas puesto que sólo tenemos un estudio. Y el viernes por la noche se valida y cargan todos los <i>podcast</i> para refrescar la parrilla. Tenemos un informativo semanal. El Gabinete de Prensa de la universidad nos va pasando información.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES		
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA		
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual?	No. No se oferta
	¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria	Sí. ¿Asignaturas de radio que se imparten?

¿Y en Periodismo?	No.	
	Sí.	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten? Proyectos de Comunicación Especializada, Magazine Radiofónico. Géneros Informativos en Radio Producción de Informativos en Radio Reportero radiofónico.</p> <p>No, las asignaturas de radio son asignaturas genéricas donde también vienen los profesionales de la SER, la COPE, Aragón Radio, Radio Nacional, hacemos visitas, y aquellos alumnos que quieren de manera paralela no incorporada dentro de las asignaturas pueden hacer prácticas en la radio.</p>
¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	
	Taller	x
	Curso	
	Asignaturas grado	
	Otro	
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Las competencias las trabajamos en las asignaturas, pero se trata de las mismas competencias íntimamente relacionadas con el oficio periodístico. De hecho, la composición de la propia emisora de radio se basa mucho en la filosofía del grado, por eso te indicaba de las primeras funciones la informativa, porque se trata de dar a conocer a un periodista géneros informativos en radio, producirlos, emitirlos y valorarlos, está todo muy relacionado.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí porque de hecho son los que luego acaban realizando prácticas en los medios aquí en Aragón y en otras comunidades autónomas, y acaban felicitándonos por ello.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
		Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
	x	Otros ¿Cuáles? Ninguno. Somos la universidad con la segunda nota de corte más alta de España, con una media de casi un 8 sobre 10. Pero donde sí que pueden tener más carencias es del tipo de producción. Por ejemplo tienen dudas a la hora de contactar con alguien, el tema de la agenda le resulta más complejo.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí, lo solventan perfectamente.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Evaluamos y damos calificaciones, se les va reportando el modo en el que están trabajando, cosas que deben cambiar, etc. Les otorgamos créditos a los del <i>practicum</i> . Los redactores deben estar en la radio durante más tiempo, los coordinadores están menos tiempo.	
	No.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x
	Certificado	
	Nota numérica	
	No.	
		¿Cuántos? Sí, a todos.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES

4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	
		On line	
		Podcast	Solo <i>podcast</i> en propia web
	Horario de emisión	24 horas al día	
		X horas al día	
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No	
	¿La emisora tiene página web?	Sí, http://radio.unizar.es/	
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	WordPress	
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	El propio de la universidad.	
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Si	
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Windows Media	
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame	
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows	
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Adobe Audition	
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	50 aula audiovisual	
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	1		
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	5 a parte		
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí		
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay?	ninguna		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES

5. PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, Hemos recibido el Premio de la Cátedra Santander al programa <i>En Clave de Ciencia</i> .	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	12	
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestiona. No usamos música comercial. Usamos música de librería.		
¿Usan alguna herramienta para	Sí , a través de encuestas desde rectorado, investigan qué		

conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	contenidos se escuchan más, en qué franjas, etc.
---	--

QUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Pasamos encuestas y a través de Google Analytics.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1703 seguidores Facebook : no tiene A 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Analytics: Difícil de conseguir los maneja Rectorado.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí. Cartelería, comunicados, etcétera, por ejemplo en el Día Internacional de la Radio.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí. Nos importa la audiencia en el sentido social. Lo importante es que la gente aprenda. Nos importa la información para la comunidad universitaria y la formación. Si nos importara la audiencia seríamos una emisora comercial.

QUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí, lo elaboró Rectorado. Se trata de no violar los principios constitucionales, que la información sea veraz, que haya contraste.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No, respetando lo que he comentado.
	¿Existe una línea editorial definida?	Se tiene en cuenta el <i>agora en fase de post</i> que es una mesa redonda, que estén todas las partes representadas.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	No. Normas de uso de las instalaciones sí.

QUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIZAR.ES		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSON	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Pues yo creo que sí. De hecho en la ARU es una de sus premisas intentar conseguirlo. Al menos a medio plazo, seamos optimistas.

	¿Qué mejoraría de la emisora?	Sobre todo tener recursos para poder hacer más cosas. Hay veces que la falta de medios no nos permite acceder a algunos lugares, por ejemplo que los alumnos tuvieran dietas para poder ir a cubrir cosas a Huesca o a Teruel, que también hay campus nuestros allí. Ese es el limitador. Por otro lado que nos reconozcan a los profesores que estamos ahí nuestra labor.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Sobre todo buena predisposición por parte de la gente que le guste mucho la radio, independientemente de no tener recursos y de tener muchas limitaciones, estar ahí porque es la fuerza y la magia de la radio. Con eso sale todo.

1.14- RUAH Alcalá. Radio Universitaria de Alcalá de Henares

La Radio Universitaria de Alcalá de Henares, fundada en el año 2.008, tradicionalmente de carácter estudiantil, es una emisora cuyos contenidos se difunden on line mediante *streaming* y *podcast*. Es interesante destacar que debido a los pocos medios personales con los que cuenta esta estación, cada equipo de programas funciona como un organismo independiente, siendo todas las personas que realizan labores en esta radio universitaria voluntarias.

Otro aspecto a tener en cuenta es que no hay docentes al frente de la misma, tan solo una profesora de una asignatura de radio de la Universidad de Alcalá de Henares realiza talleres y seminarios anuales de radio en la estación.

Por otro lado, su financiación se basa en una parte del presupuesto del Consejo de Estudiantes, que debido a los recortes ya no puede dotar a la radio universitaria de personal becado, quien en años anteriores vertebraba la emisora. Otro aspecto a destacar de esta estación, es la estrategia para atraer voluntarios o colaboradores, ya que ofertan tres cursos al año en forma de seminarios o talleres de una semana de duración, enfocados a la creación de un programa para la emisora, transmitiendo las bases del trabajo radiofónico para la elaboración del mismo.

<p style="text-align: center;">CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ</p> <p style="text-align: center;">1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA</p>		
	PREGUNTAS	RESPUESTAS
	Nombre y cargo del entrevistado	Daniel Fernández, Director RUAH Alcalá.
	Nombre emisora	RUAH ALCALÁ

Universidad	Pública	Universidad de Alcalá de Henares	
	Privada		
Año de creación de la emisora	2008		
Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Consejo de Estudiantes de la Universidad de Alcalá de Henares		
	Universidad		
Financiación	Universidad En su momento se destinó una pequeña partida del presupuesto del Consejo de Estudiantes a la creación de la radio. Las ayudas vienen del Consejo de Estudiantes en forma de becarios, material, algún tipo de financiación para actividades o cursos. También nos ayuda el Vicerrectorado de Comunicación.		
	Patrocinio		
	Otra		
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?		
	No ¿Por qué? No, los objetivos fundacionales de la radio es pertenecer al tercer sector. Ser una especie de servicio público, por y para los estudiantes, por lo que nuestro campo de actuación no es emitir publicidad.		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
	Sí. ¿Cuál/es? Por desgracia tengo que hablar en pasado. Sí que hemos colaborado por ejemplo con la Asociación de Voluntariado Universidad de Alcalá, difundimos todos los boletines que ellos emitían. También en tiempos pasados hemos colaborado con la cárcel de Alcalá Meco. Allí hicimos un pequeño taller de radio. Ahora mismo, desgraciadamente, no estamos haciendo nada de eso pero está dentro de nuestros objetivos.		
Tipo de cuñas	Promos propias	x	
	Patrocinio		
	Institucionales		
	Sociales		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	4	
	Formativa	1	
	Informativa	5	
	Entretenimiento	2	
	Social	3	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ

2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual.</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Ahora mismo lo que tenemos es la dirección de la emisora. El organigrama en este momento es un grupo de apoyo a esa dirección.</p> <p>Tenemos un grupo de producción que es el único grupo que funciona en la actualidad, ya que no tenemos becarios ni personal por lo que no podemos hacer mucho más.</p> <p>Por otro lado también tenemos el apoyo del grupo de formación que es un compañero que lo lleva y se encarga de los cursos.</p> <p>En el grupo de producción tenemos un responsable de producción y una persona que le apoya, y en el grupo de formación tenemos un responsable pero sin ningún apoyo.</p> <p>El resto son voluntarios no remunerados. En esta emisora nadie</p>
-----------------------------------	--	---

2 voluntarios	recibe remuneración por su trabajo.
Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	PD:
	PAS:
	Contratado no PDI ni PAS:
	Contratado de prácticas:
	Becado alumnos C. Comunicación:
	Becado alumnos otras titulaciones:
	Colaboradores externos pagados:
Voluntarios no remunerados número	Otros:
	PD: no
	PAS: no
	Alumnos C. Comunicación: unos 4
	Alumnos otras titulaciones: unos 4
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Colaboradores externos: Unas 25 personas que éramos estudiantes y ya somos licenciados.
	Sí. ¿Cómo?
	No.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No. Cuando tuvimos becarios, tenían una beca por el Consejo de Estudiantes.
	Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Tuvimos becarios, pero al tener que solicitarlo al Consejo de Estudiantes, el problema es que este Consejo tiene que velar primero por sus propias necesidades de becarios y después ayudar a otras delegaciones. Llegamos a tener dos, pero los perdimos por los recortes en la Comunidad de Madrid. La convocatoria siempre está abierta a voluntarios, en cualquier momento se puede incorporar una persona.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	No establecemos ningún filtro, estamos abiertos a todos.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	<p>Te cuento cómo era cuando teníamos becarios que era cuando teníamos más carga de trabajo: los becarios tenían un horario con un turno de 5 horas y se encargaban de descargar los programas asociados a nuestra emisora que estaban realizados por otras emisoras a su vez, por ejemplo de la ARU. Debían descargarlo enviarlo al servidor y programarlo en la parrilla. Luego ayudaban a los programas que tenían emisión en directo para hacer la realización y la producción y asistían a los nuevos programas, es decir, a las personas que llegaban nuevas a la radio. También se encargaban de grabar las cuñas de autopromoción. Ahora que no disponemos de estos becarios, tengo que ir yo, y asisto a esta gente que llega nueva la radio.</p> <p>Ahora nos vemos obligados a funcionar de manera independiente. Antes había una persona que le daba continuidad a la mañana o la tarde, ahora cada grupo es como una especie de isla que se auto produce y se va. Nos has pillado en un momento complicado. Ahora mismo lo que tenemos es un horario de uso del estudio , de esta forma los grupos tienen su espacio reservado tanto para emisión en directo como para grabación</p>

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Técnicas de presentación y locución optativa de 3º Realización de informativos en radio y tv, 3º, optativa. Sí, la profesora de la asignatura de radio las vincula a la emisora mediante el taller.	
	¿Y en Periodismo?	No.	No se oferta.	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x	Sí, desde hace dos años se imparte una especie de seminario cuya duración es de dos o tres días en el cual una profesora explica nociones de locución, producción, como crear un programa etcétera.
		Taller	x	Sí, la profesora de la asignatura de radio las vincula a la emisora mediante el taller.
		Curso		Antes dábamos un curso, llegamos a dar tres cursos por año, en el cual explicábamos cómo funcionan las 4 grandes áreas de una emisora de radio que son: la producción, la realización, el guión y la locución. Eran unas jornadas de una semana en las que dábamos algunas charlas de introducción y luego explicamos cada una de las partes, enfocado a que la gente pensara en su propio programa y se incorporará a la emisora. Ya no lo hacemos porque la respuesta es muy deficiente en nuestra opinión. Debido al Plan Bolonia los alumnos están absorbidos por las prácticas de las asignaturas y no tienen ganas de quedarse en la emisora cuando termina el día.
		Asignaturas grado		
		Otro		
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No podíamos ofrecer mucha teoría porque eran unos cursos bastante cortos de duración, estaba todo muy orientado a la parte práctica, ahí está el espíritu del Plan Bolonia. Toda la idea de la teoría de la radio y la íbamos aplicando a cómo hacer una determinada tarea.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí, claramente adquiere más experiencia, más destreza, y sobre todo una mayor capacidad de planificación. Muchos alumnos que han pasado por nuestra radio universitaria han terminado trabajando en emisoras comerciales.			
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X			Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x		Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x		Otros ¿Cuáles? Vienen con ganas de participar en la emisora pero les faltan ideas. Ahora quieren participar pero no saben cómo.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí sobre todo de cara a conocimientos prácticos y técnicos.			
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo?			
	No.			

¿Se reconoce de alguna forma la participación de alumnos de C. Comunicación?	Créditos ECTS		¿Cuántos? Cuando hacíamos los cursos, dábamos 1 crédito.
	Certificado	x	Sí
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	Tenemos una antena pero la apagamos porque está obsoleta.
		On line	Sí.
		Podcast.	Sí, en web, pero sobre todo iVoox
	Horario de emisión	24 horas al día	Con 2 horas diarias de directo aproximadamente.
		X horas al día	
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No.	
	¿La emisora tiene página web?	Sí , http://www.ruah.es/	
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Joomla!	
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Shoutcast. Y la emisión la mandamos a un servicio externo que nos hace el <i>streaming</i> .	
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No. Estamos en ello.	
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Winamp.	
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	ZaraRadio	
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows	
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Adobe Audition	
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	1	
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	2 , uno el principal y el otro de grabación.		
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Las mismas anteriores		
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí en los 2.		
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Hay 1 que está en reparación.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ
5. PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
	Especializada	
¿Qué modelo de programación	Bloques	

se utiliza?	Mosaico
¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , es uno de los objetivos de la emisora, difusión de los avances científicos de la propia universidad, el programa se llama <i>Cualquier día</i> .
¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Hay en torno a 9.
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestiona. No tenemos nada gestionado con ellos, no hemos hablado con ellos.
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Sí , a través del chat de emisión y de las redes sociales.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Sí a través de Google Analytics.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1943 seguidores. Facebook: 462 me gusta A 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Visitas iVoox Según Google Analytics tuvimos 2.464 sesiones en el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2014. En el periodo entre febrero del 2014 y enero del 2015 tuvimos un total de 33.163 descargas globales
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , hacemos cartelería, además de los cursos y eventos concretos en los que participamos.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No. No somos una emisora comercial, nos interesa más el ámbito formativo que el informativo. No buscamos audiencia.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí. Código ético y deontológico.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	Recomendamos respeto con ciertos temas críticos, que todo esté bien sostenido y contrastado, hay que tener cuidado con la política, sobre todo a la hora de hablar de noticias, eso ya lo hacen otras emisoras, no es nuestro objetivo.
	¿Existe una línea editorial definida?	No , damos total libertad respetando nuestro código ético y normas de funcionamiento.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	Sí. Tenemos libro de estilo.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí , trabajamos en un libro de producción, que está sin terminar, pero estamos trabajando en ello. Para solucionar pequeños problemas, como guardar los audios...Al no tener una persona 24 horas en la radio, nos hemos visto obligados a trabajar en ello.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RUAH ALCALÁ		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Yo opino que sería posible si esa presión o si esas iniciativas provienen de la Unión Europea. A nivel local y por extensión los medios de comunicación comerciales en toda España tienen muchísima presencia y muchísima fuerza frente al gobierno y no van a permitir perder parte de su espacio radiofónico para acceder a las emisoras comunitarias ni universitarias.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	De todo. Los equipos que tenemos, los ordenadores y demás recursos se pueden mejorar, todo el trabajo de difusión, de buscar más apoyo de las instituciones universitarias, convertiría la parrilla en un vergel de programas de todo tipo, procuraría que la web estuviera mucho más viva. Pero todo esto depende de que venga más gente, necesitamos personal.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Recomendaría estudiar la viabilidad después de la constitución de la emisora, es decir no solamente los apoyos que tendréis para crearla sino los que seguirán una vez creada. Se trata de crear un compromiso firme a nivel institucional no de equipos, de personas. Por otro lado dar a conocer la emisora, un sitio en el que puede participar todo el mundo. Aconsejo que trabajéis una cultura de la radio, debéis crear esa demanda de radio, por ejemplo que la gente encuentre natural entrar en una cafetería de la universidad y que esté sonando en la radio universitaria, que la radio se mezcle y retroalimente con la sociedad universitaria. Que la gente llegue a sentir la radio como una casa de la que no se quieren ir.

1.15- Radio Universitat. Universitat de València

Radio Universitat es una emisora on line que nace en el año 2.011 y que trabaja en formato *podcast*. Un problema al que se enfrenta en este momento, es que siendo una emisora on line, según su directora, Remei Castelló, su web se ha quedado obsoleta, por lo que se plantean unirse a una plataforma de emisión como por ejemplo iVoox.

Como en otras emisoras analizadas, el equipo humano de la misma está compuesto en su mayoría por alumnos que realizan sus prácticas curriculares o colaboran voluntariamente. En este sentido, es una de las que menos afluencia de alumnos tiene, con el hándicap de que dichos estudiantes terminan su colaboración en la radio para dar paso a otros nuevos con cada inicio de cuatrimestre.

Un problema detectado en lo que a la selección de alumnos que realizan prácticas curriculares se refiere, es que dicha selección no se realiza desde la emisora. Desde el departamento correspondiente de la Universitat de

Vàlencia se efectúa por nota, por lo que no realizan las prácticas los que más aptitudes tienen para la radio, sino los alumnos que más nota poseen a la hora de participar en dicho proceso de selección.

Por otro lado, como aspecto positivo a señalar, la coordinadora de la estación es personal de administración y servicios (PAS) funcionaria, lo que permite establecer una continuidad y una base operativa a la radio que otras estaciones universitarias no poseen. Destacamos también el papel de dos profesionales contratados de manera eventual para la emisora, dos periodistas autónomos que se encargan de la creación de contenidos así como de determinadas labores técnicas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT										
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA										
	PREGUNTAS	RESPUESTAS								
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Remei Castelló Belda Coordinadora Radio Universitat								
	Nombre emisora	Radio Universitat								
	Universidad	Pública Universitat de València Privada								
	Año de creación de la emisora	2011								
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad Dentro de una plataforma Mediauni, propia de la Universidad, que depende del Rectorado.								
	Financiación	Universidad Es una asignación para gastos gestionada por el Taller de Audiovisuales que es donde físicamente está la radio, asignación procedente de Rectorado. Patrocinio Otra								
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué? No ¿Por qué? No lo hemos contemplado, tampoco lo descartamos.								
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Es un tema difuso, nosotros tratamos transversalmente temas de asociacionismo, ONGs, tenemos mucha vinculación. En el informativo tratamos temas universitarios y también temas que están relacionados con la sociedad, si hay una ONG que presenta un informe en la universidad, se trata, o si algún tema nos interesa también lo tratamos, como entrevistas o como programas.								
	Tipo de cuñas	<table border="1"> <tr> <td>Promos propias</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Patrocinio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Institucionales</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Sociales</td> <td></td> </tr> </table> Institucionales hacemos para campañas puntuales. Cuñas sociales no, se trata como información.	Promos propias	x	Patrocinio		Institucionales	x	Sociales	
	Promos propias	x								
Patrocinio										
Institucionales	x									
Sociales										

Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	2
	Formativa	3
	Informativa	1
	Entretención	5
	Social	4

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT
2. ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Esto es muy variable porque contamos con la colaboración de los estudiantes de prácticas.</p> <p>Tenemos dos compañeros que son autónomos que nos ayudan en la elaboración de algunos programas.</p> <p>El resto de programación se basa en programas de estudiantes en prácticas que varían cada cuatrimestre. Tenemos dos tipos, unos que son los de las prácticas curriculares obligatorias y luego prácticas voluntarias que también entran en curriculares.</p> <p>Finalmente también tenemos estudiantes colaboradores que son alumnos, o antiguos alumnos que quieren hacer un programa y vienen una vez a la semana, una vez cada 15 días, o incluso una vez al mes, para realizar su colaboración. Así, tenemos estudiantes que una vez que acaban quieren continuar realizando uno de esos programas y también alumnos que no han hecho prácticas pero que vienen presentando un proyecto y llevan a cabo su programa.</p> <p>Esas dos personas autónomas son periodistas y técnicos pero sobre todo elaboran contenidos. Ellos no están siempre, por ejemplo cuando no hay programación, no están. Nosotros no tenemos una programación continua todo el año, paramos en las vacaciones de la universidad y tiempo de exámenes. Hay alumnos que en esta época, o mejor dicho, colaboradores, que sí quieren continuar su programa, pero en lo que sería la radio nunca, para ello tenemos nevera.</p> <p>Tenemos a esos 2 autónomos, y 2 PAS funcionarios propios del Taller Audiovisual que vienen algunas horas, no tenemos becarios remunerados, tenemos alumnos en prácticas curriculares. También tenemos alumnos en prácticas que tienen una bolsa para gastos, y no siempre se pide, solo en ocasiones.</p> <p>No tenemos profesores implicados en la emisora, nos gustaría, porque atraerían más alumnos a la radio, pero no tenemos. Hay alguno, que nos manda a los alumnos, para ver si quieren ser voluntarios en la radio. Es una cosa muy puntual.</p> <p>Tenemos dos investigadores que hacen un programa sobre astronomía voluntariamente. Llevan dos temporadas.</p> <p>Alumnos de ciencias de la comunicación tendremos unos 12-15 de media al año.</p> <p>De otras titulaciones unos 5, varía también.</p> <p>Y colaboradores externos serían 2 exalumnos de máster.</p>
	<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo</p>	<p>PD:</p> <p>PAS: 2 del taller audiovisual que hacen algunas horas y la directora que es PAS funcionaria.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS: 2 autónomos.</p>

	Contratado de prácticas:
	Becado alumnos C. Comunicación:
	Becado alumnos otras titulaciones:
	Colaboradores externos pagados:
	Otros:
Voluntarios no remunerados número	PD: 2 investigadores de astronomía.
	PAS:
	Alumnos C. Comunicación: entre 12 y 15
	Alumnos otras titulaciones: unos 5
	Colaboradores externos: 2 exalumnos de master
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo? No.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No. Las prácticas se rigen por la Fundación Universidad Empresa. En este sentido hay otro problema, la universidad contempla una beca de unos 4 años de formación remunerada, que puede solicitar cualquier empresa, menos la Universidad de València, por eso la radio no lo puede solicitar.
	Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Cada septiembre nos preguntan cuántos queremos y nos adjudican los que pedimos. Luego hay una segunda convocatoria en enero-febrero. Cada cuatro meses tengo que empezar de cero.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Los estudiantes de prácticas los gestiona la Fundación Universidad Empresa y la selección no la hacemos nosotros, se hace por nota, desde el Departamento de Teoría de los Lenguajes, y eso es un problema, porque hay gente que no tiene tanta nota, pero tiene mucho talento para la radio y no entra por esta vía.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Todos los días comenzamos realizando la reunión de informativos. Semanalmente también tenemos una reunión para tratar los temas que se van a cubrir en los programas que tenemos más o menos fijos y los contactos que se van a utilizar. Por otro lado, tenemos también la planificación de programas de los voluntarios, intentamos saber si les vienen bien los horarios de grabación de la semana y qué temas van a tratar. Tenemos un informativo diario de unos diez minutos. Se emite sobre las once de la mañana. Como nuestra radio es on line, se puede escuchar en directo o descargar en <i>podcast</i> los enlaces de nuestra web los difundimos también por Facebook y Twitter.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓ <small>N</small>	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual?	No.	
	¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Ideación y producción radiofónica Tª de la radio y de la tv Realización radiofónica

prácticas se emiten en la emisora universitaria?		
¿Y en Periodismo?	No.	
	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Informativos de TV y técnicas de locución y presentación Magazín informativo en radio Ninguna de las asignaturas, ni de Periodismo ni de Comunicación Audiovisual mencionadas tienen relación con la radio.
¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	
	Taller	El año pasado intentamos hacer un taller a través de la Delegación de Estudiantes, preparamos una convocatoria de taller, pero al final no se realizó porque no se llenó.
	Curso	
	Asignaturas grado	
	Otro	
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No , era un taller práctico para alumnos que tuvieran interés. Lo daban un profesor y un técnico de la universidad, pero no se llenó. Estaba abierto a toda la sociedad universitaria. La intención era a traer a gente que quisiera quedarse colaborando en la radio.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Yo creo que sí . Nosotros los orientamos y le aconsejamos sobre el trabajo que realizan, cogen muchísima soltura. Mejoran mucho y adquieren más seguridad.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
	x	Otros ¿Cuáles? No saben recurrir a las fuentes, muchas veces no saben diferenciar la importancia de las fuentes y de seleccionar la correcta.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí porque con las prácticas se ponen ante situaciones reales, yo creo que sí, el paso por aquí les ayuda mucho	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí . ¿Cómo? Sí, a los estudiantes en prácticas. Tenemos que rellenar un formulario en el que evaluamos la evolución del estudiante. El problema es que las prácticas de 150 horas duran poco tiempo, se van cuando se sueltan.	
	No . A los voluntarios no.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x ¿Cuántos? Los alumnos en prácticas.
	Certificado	x Sí, a los voluntarios que lo piden sí.
	Nota numérica:	x Los estudiantes en prácticas sí llevan nota.
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT

4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

E.TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	No
		On line	Sí
		Podcast	En propia web. Estamos planteándonos el tema de iVoox. Tenemos un problema de desarrollo de web, no podemos saber qué programa es el más oído. iVoox eso sí te lo da, y es más rápido.

Horario de emisión:	24 horas al día	Es todo diferido
	X horas al día	
Si transmite en FM: ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No	
¿La emisora tiene página web?	Sí , http://mediauni.uv.es/radio	
¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Propia de la Universidad en la que se lleva la radio y la televisión de la universidad. Estamos en la web que originariamente era de la tv de la universidad.	
Si emite vía web: ¿Cuál es el servidor?	Propio de la universidad	
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Sí	
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	VLC y Quiktime	
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Propio de la universidad	
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	MAC OS	
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Wavelab , gratuito.	
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	8	
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	1	
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	El mismo	
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Si	
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	4	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , en el programa <i>A fondo</i> se tratan temas de la universidad con entrevistas, también el programa <i>En la red</i> .	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	10 de manera continua y hasta 30.	
¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestiona. Es un problema que tenemos desde el principio. Contactamos con SGAE pero el contrato que nos pasaron, lo mandamos a Servicios Jurídicos, y nos indicaron que no podíamos firmarlo porque no nos cubría la emisión a través de la red y de <i>podcast</i> , les pedimos que nos modificaran el contrato, pero no tenemos noticias. Intentamos usar menos músicas comerciales, pero es difícil de controlar. ARU está trabajando en conseguir un único contrato que nos cubra a todos. Las emisoras que emiten por ondas están cubiertas, pero las que somos on line tenemos ese problema.		

¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No , el problema del Google Analytics es que no podemos distinguir entre radio y tele, intentamos intuirlo a través de Facebook y Twitter.
---	---

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Es imposible de saber. Como los datos están compartidos con la tele no son fiables.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	El Twitter es de Mediauni, por lo tanto tampoco tenemos datos concretos de la radio. Son unos 1.050 seguidores.
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Nos pasa lo mismo, que la web es de Mediauni, tendremos este problema hasta que nos pasemos a iVoox.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	No . Ahora tenemos intención de comenzar una, de momento no habíamos hecho ninguna, el problema es que la web no estaba terminada. Ya lo haremos cuando tengamos acabada la web.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí . De forma mercantil no, pero en cuanto a la visibilidad sí. Trabajamos y nos esforzamos para ello, sacamos buenos temas y de calidad, si eso no llega a la gente nos frustra. Sí que es importante difundir las investigaciones que se llevan a cabo en la universidad e incluso las actividades culturales vinculadas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLOGICO	¿Disponen de código deontológico?	No tenemos.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No . Nunca nos ha pasado que tuviéramos que decidir no tratar ningún tema.
	¿Existe una línea editorial definida?	Sí . El único requisito que intentamos establecer es que se traten temas universitarios. Es una emisora de radio universitaria, pero como estamos muy relacionados con la sociedad, intentamos resolver las dudas sociales a través de nuestros especialistas. Aun así, no es una radio muy institucional, lo sacamos todo.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No .
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	No . Tal cual no, nosotros apelamos al sentido común. La única norma que puse era que apagarán el ordenador cuando terminaran para que no se quedara encendido toda la noche.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO UNIVERSITAT		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Pues me gustaría pero es que está muy parado todo. Legalmente está todo muy parado, pero además está el tema de las inversiones... Pero me gustaría que sí, espero que sí.

	¿Qué mejoraría de la emisora?	Sobre todo mejoraría la relación con el profesorado y el alumnado. Me gustaría que se implicara más, que de alguna forma hubiera más conexión entre los profesores, los estudiantes y la radio. Me gustaría que los alumnos no estuvieran tan obsesionados con las notas y con sus estudios y que vinieran a la radio a romper el hielo.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Aconsejaría no pensárselo mucho. Los problemas se van solucionando y las carencias se van solventando poco a poco, con la experiencia se va mejorando. Se trata de intentarlo. No es necesario disponer de grandes recursos, sobre todo porque no es nuestro objetivo sacar dinero. Lo que hay que hacer es armarse de paciencia porque el hecho de que la emisora sea sin ánimo de lucro implica que los equipos vayan cambiando muy rápidamente. Recomendaría también ser flexibles con la gente que va entrando y saliendo porque no hay que olvidar que son voluntarios y estudiantes.

1.16- iRadio UCAM. Universidad Católica de Murcia

iRadio UCAM, creada en el año 2009, está coordinada por dos profesoras de la Universidad Católica de Murcia, la entrevistada, Isabel María García y María del Carmen Robles.

Esta emisora de radio universitaria tiene un buen sistema de organización que se basa entre otras medidas, en la entrega a los alumnos de un manual de funcionamiento en el momento de su incorporación a la misma. Las profesoras coordinadoras de iRadio UCAM van a tener una sustitución/descarga de 100 horas lectivas o de docencia para el próximo curso con el objetivo de que esas horas sean empleadas en la radio universitaria, un aspecto muy destacable, ya que en otras estaciones se lucha por conseguirlo desde hace años.

Por otra parte, al inicio de cada curso en esta estación se realiza una formación tipo *training* que sirve para captar voluntarios y a la vez enseñarles a trabajar en la radio. Las asignaturas que están relacionadas con la emisora, aunque no contienen la palabra radio, derivados de la misma o el vocablo locución, sí están ligadas a ella gracias al empeño de las coordinadoras. También es interesante contemplar que en esta estación las coordinadoras se encarguen de dar un toque de atención a los alumnos que se vuelcan demasiado en la radio universitaria dejando de lado los estudios. Para ello realizan al final de cada cuatrimestre una revisión del expediente académico

de los estudiantes que colaboran en la misma. Esta forma de proceder podría ser un aspecto a tener en cuenta aplicable a un nuevo modelo de radio universitaria.

Otro aspecto positivo que encontramos en esta estación en que las coordinadoras cuentan con la ayuda de los alumnos que ya ha pasado por la estación de manera que son jefes de los nuevos, una labor interesante para ambas partes, tanto para el alumno que tiene la responsabilidad de supervisar, como para el que tiene la oportunidad de aprender.

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Isabel María García. Coordinadora iRadio UCAM.		
	Nombre emisora	iRadio UCAM		
	Universidad	Pública		
		Privada	Universidad Católica de Murcia	
	Año de creación de la emisora	2009		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad Decanato de la Facultad de Comunicación		
	Financiación	Universidad No tenemos una partida presupuestaria como tal. Lo que estimamos oportuno se pasa a Decanato, no hay un número estimado en una partida presupuestaria.		
		Patrocinio		
		Otra		
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?			
	No ¿Por qué? No porque iRadio UCAM es un Proyecto de Innovación Docente en el fondo. Aunque alguna vez por parte de la universidad sí se ha planteado la posibilidad. Nosotros desde la propia emisora nunca, porque sabemos del carácter vinculado a la investigación de la docencia que tenemos y de la experimentación, por lo que no podemos comprometernos con unos anunciantes. Pero sí que es cierto que la consulta por parte de la universidad sí que se ha hecho porque nosotros estamos cerca de un centro comercial y esta gente sí que se interesó. Esta propuesta fue denegada por parte de la coordinación de la emisora.			
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No			
	Sí. ¿Cuál/es? Tenemos un programa que se llama <i>La buena onda</i> donde sí que tienen espacio las organizaciones o asociaciones no gubernamentales. Lo más reciente lo hemos hecho en navidad para <i>Jesús Abandonado</i> que es un comedor social de Murcia, nos pidió ayuda, le hicimos una entrevista en el programa y luego incluimos sus cuñas dentro del mismo. De manera puntual cuando algún colectivo nos lo pide dentro de este programa tratamos de incluir lo que nos solicitan.			
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Ahora no tenemos cuñas institucionales, pero acabamos de terminar un protocolo de identidad sonora que vamos a poner en marcha el segundo cuatrimestre. Sería un	
	Patrocinio			
	Institucionales	x		

				libro de estilo pero a nivel de cuñas institucionales. Las sociales dentro del programa <i>La buena onda</i> .
	Sociales	x		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	3		
	Formativa	1		
	Informativa	5		
	Entretenimiento	4		
	Social	2		

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM	
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>
	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>La coordinación la realizamos Mari Carmen y yo, somos dos profesoras del Área de Comunicación Audiovisual y tenemos autonomía para tomar cualquier tipo de decisión. Eso sí, cuando hay decisiones importantes hablamos con la Vicedecana de Comunicación Audiovisual, que es nuestra responsable más directa, que a su vez está por debajo del Decano de Comunicación, que es nuestro último responsable a la hora de aprobar presupuestos y toma las decisiones de cara a la universidad a nivel económico.</p> <p>El resto de personas que componen la radio son alumnos. Aunque sean estudiantes nosotros tenemos nuestro jefe técnico, nuestro jefe de producción, nuestras coordinadoras de redes sociales, y un responsable para exteriores. Estas serían las figuras de los coordinadores totalmente voluntarios compatibilizando con sus estudios.</p> <p>Dentro de cada programa también tratamos de mantener el organigrama. Cada programa tiene su director y su responsable técnico. Tienen unas funciones muy delimitadas que nosotros les marcamos desde que empiezan a formar parte de la radio.</p> <p>Al principio siempre hacemos un <i>training</i> en un taller donde se les explica estas funciones y se les da un libreto dónde vienen las funciones de cada uno y sus responsabilidades.</p>
	<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo</p> <p>PD: Las 2 coordinadoras sin remuneración a parte. Para este año sí sustitución/reducción de créditos docencia. El año pasado tuvimos un Proyecto de Innovación Docente en el que muchas asignaturas se sumaron a hacer radio en clase, por lo que colaboraban más profesores, pero se nos acabó la financiación y este año no lo hemos puesto en marcha.</p> <p>PAS:Una persona que se encarga del mantenimiento y la coordinación del estudio de Radio y TV de la universidad con dos becarios, echamos mano de ellos de vez en cuando.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS:</p> <p>Contratado de prácticas:</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
	<p>Voluntarios no remunerados número</p> <p>PD:</p> <p>PAS:</p> <p>Alumnos C. Comunicación: Ahora con el grado tenemos la asignatura del <i>Practicum</i> obligatoria y tuvimos el año pasado a una chica, ella cubrió 130 horas. Además unos 60 voluntarios.</p>

	Alumnos otras titulaciones: Tendremos unos 5
	Colaboradores externos:
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo? Nuestra Vicedecana se ha dado cuenta de la carga de trabajo que tenemos y ha hecho la propuesta de que a Mari Carmen y a mí nos incorporen 100 horas en nuestro contrato que rebajen nuestra carga docente. Es algo que se resolverá en breve, pero que aún no se ha instaurado. Se tendrá en cuenta ya para el año que viene.
	No.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No , directamente Recursos Humanos, no hay nada propio.
	Sí, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Cada final de curso, en junio hacemos un repaso de cómo va a quedar la radio de cara al próximo año, se le manda un formulario a todos los programas para ver la continuidad que vamos a tener, nos plantean si van a participar o no y cuándo lo harán. Sabiendo las necesidades planteamos la convocatoria de plazas. La lanzamos en septiembre junto con la inscripción al <i>training</i> inicial de formación. Se trata de un formulario en la web para la inscripción. Ponemos algunos carteles en las entradas principales, ponemos avisos en el campus virtual. Los <i>practicum</i> se solicitan a principio de curso a través del tutor encargado de ello. Éste profesor ve la demanda que hay y nos envía a los que quieran hacer su <i>practicum</i> aquí.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	En principio todo el mundo puede hacer al <i>training</i> , pero la única exclusión es que sean alumnos a partir de segundo curso, consideramos que los de primero aún están aterrizando.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Nosotros nos organizamos más que de forma diaria por semanas. Emitimos un programa diario, para ello lo que hacemos es que cada viernes Mari Carmen y yo nos reunimos, vemos las necesidades que tenemos de cara a la semana próxima, y si hay algún problema con alguna de las grabaciones o con alguna de las emisiones, se lo comunicamos a la jefa de producción, y a partir de ahí hacemos el calendario de grabaciones y emisiones. Intentamos mantener lógicamente las emisiones que son las mismas para todos los días. Mari Carmen y yo nos coordinamos entre nosotras mediante un correo común. Con el equipo de producción nos comunicamos a través de WhatsApp.

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM					
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA					
¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	<table border="1"> <tr> <td>No.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sí</td> <td> <p>¿Asignaturas de radio que se imparten?</p> <p>Sí que es cierto que en el Grado en Comunicación Audiovisual hay poquita carga docente de radio, hay asignaturas que no contienen la palabra radio pero en las que nosotros hemos conseguido ir introduciéndola. Nosotros en nuestros grados tenemos tres años que son comunes, los tres primeros, y en cuarto se especializan en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Publicidad. Las asignaturas de radio serían:</p> <p>El primero tenemos una asignatura que se llama "Fundamentos de la Comunicación" donde se divide la mitad de las asignaturas en radio y la otra mitad en televisión. En esta signatura hacen sus primeras</p> </td> </tr> </table>	No.		Sí	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten?</p> <p>Sí que es cierto que en el Grado en Comunicación Audiovisual hay poquita carga docente de radio, hay asignaturas que no contienen la palabra radio pero en las que nosotros hemos conseguido ir introduciéndola. Nosotros en nuestros grados tenemos tres años que son comunes, los tres primeros, y en cuarto se especializan en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Publicidad. Las asignaturas de radio serían:</p> <p>El primero tenemos una asignatura que se llama "Fundamentos de la Comunicación" donde se divide la mitad de las asignaturas en radio y la otra mitad en televisión. En esta signatura hacen sus primeras</p>
No.					
Sí	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten?</p> <p>Sí que es cierto que en el Grado en Comunicación Audiovisual hay poquita carga docente de radio, hay asignaturas que no contienen la palabra radio pero en las que nosotros hemos conseguido ir introduciéndola. Nosotros en nuestros grados tenemos tres años que son comunes, los tres primeros, y en cuarto se especializan en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Publicidad. Las asignaturas de radio serían:</p> <p>El primero tenemos una asignatura que se llama "Fundamentos de la Comunicación" donde se divide la mitad de las asignaturas en radio y la otra mitad en televisión. En esta signatura hacen sus primeras</p>				

		prácticas de radio. En segundo, en "Narrativa Audiovisual" se trabaja de manera específica el lenguaje propio del medio radio y un poco de conocimiento técnico. El tercero en la asignatura "Redacción Audiovisual" escribimos guiones tanto para radio como para televisión, redactan una noticia en microcápsulas. Y por último en cuarto en "Programas Informativos" se divide también en radio y televisión, por lo tanto se trabaja todo lo que sería programas propios de radio informativa. Como ves nuestra iniciativa se trata de mantener un poquito de radio en todos los cursos.	
¿Y en Periodismo?	No.		
¿Asignaturas de radio que se imparten?	Sí.	Información en Radio Como tal en 3º de Periodismo sí tenemos "Información en Radio".	
¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
	Taller		
	Curso		
	Asignaturas grado	x	En todas en las que podemos.
	Otro	x	Nosotros hacemos lo que llamamos <i>el training</i> , es nuestra forma de buscar cantera, que se comparta la filosofía y el buen rollo que es la radio, que se conozcan entre ellos. Suelen ser tres o cuatro días, aprovechamos primero para conocernos y lo que hacemos es buscar perfiles para programas. A partir de ahí se les da unas pautas mínimas de funcionamiento conceptos básicos de cómo trabajar y explicarles las dinámicas de trabajo, organigrama, funciones etcétera. En qué formato grabamos, como lo subimos a la web, etc. Para ello siempre contamos con la ayuda de los antiguos alumnos.
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Nosotros lo tenemos en cuenta porque somos docentes, pero técnica y teóricamente ponernos a ver si se cumplen las competencias como lo hacemos con los planes de estudio, no.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí. Totalmente, y es una pena que no tengamos más asignaturas de radio en nuestro plan de estudios. A los alumnos de nuestra facultad que les guste la radio tienen que pasar por iRadio para llevarse una formación completa de radio. Es donde terminan de soltarse y de adquirir competencias que tienen que ver sobre todo con el tema práctico. Con unas cuantas horas de clases de radio no es suficiente, necesitan pasar muchas horas delante de un micrófono.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	Otros ¿Cuáles? Les falta un poco de capacidad de trabajo en equipo.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí, totalmente, además los estudiantes lo dicen.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Sí, la de los <i>practicum</i> . Hacemos un informe.		
	No. A los voluntarios no. Lo supervisamos todo pero no calificamos. Al principio se les hace la crítica constructiva, se les transmite con		

	los aspectos que tienen que mejorar, e incluso se les felicita si lo hacen bien.		
	Cuando termina cada cuatrimestre vemos si hay alumnos que flojean en sus estudios porque están demasiado volcados en la radio, se les da un toque en este sentido.		
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x	¿Cuántos? De manera puntual a algún alumno que haya estado muy volcado. Pero de manera puntual. No queremos que el trabajo en la radio sea a cambio de nada.
	Certificado	x	a todos
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	No	
		On line	No, el compromiso es demasiado grande, nos gustaría pero no tenemos tiempo. Nos gustaría pero necesitamos tiempo.	
		Podcast	Solo <i>podcast</i> , los colgamos en Soundcloud y lo enlazamos a la universidad.	
	Horario de emisión	24 horas al día		
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No		
	¿La emisora tiene página web?	Sí. http://iradio.ucam.edu/		
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Drupal		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	SoundCloud pagado por la universidad, para no saturar los servidores de la universidad.		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	no		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	XFrame		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame		
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows		
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	XFrame, Audacity, Adobe Audition.		
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	Una sala de redacción con 8 equipos.		
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Son 3. Dos completos más uno con autocontrol. Uno de grabación de sonido más especial, para cosas especiales como música.		
	¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Uno , el de autocontrol.		
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En todos.			
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	6 nuevas y 4 antiguas.			

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM		
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA		
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista
		Especializada
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques
		Mosaico
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , en el programa <i>UCAM Today</i> siempre se contemplan noticias de carácter de investigación.
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Ahora 10 , antes teníamos 18, pero preferimos tener menos programas para darles más calidad y trabajar mejor los contenidos.
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 60€/mes aproximadamente. Tenemos un contrato con SGAE desde el momento en el que empezamos a emitir, pagamos en relación al reporte que le pasamos, nos exigen que recojamos título de canción, autor, y número de veces reproducidas, se encargan los chicos de producción y se lo pasamos a SGAE. No suele exceder los 200€ al trimestre. Suelen ser unos 180€/ trimestre.
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Usamos el reproductor Soundcloud, por tener algo de guía el número de reproducciones. Es complicado. Hacemos mucho sondeo en redes sociales, hacemos encuestas de ese tipo, también por buscar la participación social.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Es complicado, quizá en época de exámenes tenemos menos repercusión.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 953 seguidores Facebook: 800 me gusta A 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	No lo podemos averiguar, el año pasado solo se medían las descargas.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , el <i>training</i> , cartelería, <i>flyers</i> , redes sociales, campus virtual, mucho exteriores, por ejemplo la semana de voluntariado la próxima semana, ferias, etc. Esto lo hacemos como 4-5 veces al año.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No . Realmente no. No es algo que nos preocupe. Queremos que nuestros chicos mejoren. Tenemos un marcado carácter docente y formativo.

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Como tal no, pero tenemos dos documentos asimilados , por un lado un librito o manual de como funcionamos, procesos, quienes somos, como subir un programa, y pautas de funcionamiento interno. El guión debe estar disponible 24 horas antes de la grabación, etc. Acabamos de hacer un protocolo de identidad sonora, es una serie de pautas para llevar a cabo la introducción de cuñas institucionales en los programas.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No, no hay ningún tema como tal. Pero los chicos son conscientes de que estamos en una universidad de carácter católico, por lo que los estudiantes son conocedores de que todas las temáticas se tienen que adecuar a la filosofía de la universidad, eso se habla con ellos en el <i>training</i> . Nunca hemos tenido necesidad de cortar ningún programa, alguna llamada de atención, pero nada más.
	¿Existe una línea editorial definida?	No está por escrito pero sí que tenemos muy clara cuál es la de la universidad.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No disponemos pero sí que aparece algo en los dos manuales.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí , en el librito que se les facilita en el <i>training</i> .

CUESTIONARIO RESPONSABLE IRADIO UCAM		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Pues sí, en ese sentido quizás lo que necesitamos es hacer mucha más fuerza a todos juntos, aunarnos ahora que sí que estamos todos en la Asociación de Radios Universitarias, podríamos darle un empujón. Si bien es cierto que yo no creo que sea absolutamente necesaria una FM vinculada a una radio universitaria, el carácter de la radio universitaria ahora mismo con internet creo que está bastante cubierto. Además la FM ahora mismo está muy complicado, mantener la licencia, el carácter en sí de emitir por ondas, pero bueno, sí que creo que es una posibilidad que puede existir en un futuro no muy lejano.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Tener una persona que estuviera dedicada en cuerpo y alma a la radio, porque la radio universitaria en sí es un trabajo.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Yo creo que una vez que se cuentan con los suficientes requisitos técnicos, como yo creo que la radio universitaria necesita organización a nivel interno, se necesita un buen organigrama desde el principio, unas buenas bases sobre las que es construir equipos de trabajo, que sobre todo que se parezcan a los equipos profesionales que hay ahí fuera. Eso sí, debemos ser conscientes de que trabajamos con alumnos y de que se trata de una radio experimental

1.17- Radio USJ. Universidad San Jorge de Zaragoza

Radio USJ es una de las emisoras universitarias más jóvenes en España, ya que fue creada en el año 2012. La estructura de Radio USJ está vertebrada por su director y dos alumnos que disfrutaban de una beca,

responsabilizándose uno de ellos del equipo de informativos, y el otro del equipo de programas. A su vez, cada uno de los dos equipos está compuesto por unos 4-5 voluntarios, dependiendo del año, número que según Bruno Aceña,¹²³ su director, no debería incrementarse para poder realizar una coordinación óptima. Destacamos de esta estación el sistema de selección de los becarios, en el que se recompensa la experiencia previa, tanto en otras emisoras de radio, como el trabajo anterior realizado como voluntario en la propia emisora de la universidad.

La relación de las asignaturas de los nuevos planes de estudios de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo con la emisora es un hecho que aún no se puede constatar, pues la primera asignatura de radio que se observa en dichos nuevos planes se imparte en segundo, cuando en el curso 2014/2015 todos los alumnos se encuentran en primero. Por otra parte, el resto de la programación de la parrilla está compuesta por voluntarios para los que el nivel de exigencia es menor que el requerido a los alumnos que conforman los equipos mencionados. Estos colaboradores realizan programas que producen, graban y editan en los estudios de radio de la facultad, cuyo paso por la emisora se realiza tras la supervisión del director.

Conviene añadir que según Aceña, en esta emisora sería de vital importancia la obtención de una página web propia separada de la del periódico universitario que pertenece a la misma plataforma, Dragón Digital, con el objetivo de que la radio universitaria pueda crecer y obtener más visibilidad.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ			
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA			
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
	Nombre y cargo del entrevistado	Bruno Aceña Director Radio USJ	
	Nombre emisora	Radio USJ	
	Universidad	Pública	

¹²³ Aceña, B. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio USJ. (R. Pinto, Entrevistadora)

	Privada	Universidad de San Jorge de Zaragoza	
Año de creación de la emisora	2012		
Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes Universidad Pertenece a Dragón Digital, que tiene un Consejo Editorial y está adscrita a la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Tenemos una multiplataforma y nos alojamos en la página de Dragón Digital.		
Financiación	Universidad Se financia a través del Rectorado de la Universidad.		
	Patrocinio		
	Otra		
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?		
	No ¿Por qué? Lo hemos contemplado lo que ocurre, es que al ser una emisora académica, de finalidad informativa y educativa sobre todo, y dado que su finalidad está destinada a servir en el mundo académico, hoy por hoy no contemplamos esa posibilidad.		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No		
	Sí. ¿Cuál/es? Sí, varias veces al año realizamos maratones solidarios. Funcionamos siempre a través de la universidad, que a su vez depende de una fundación sin ánimo de lucro que se llama Fundación San Valero y dentro de dicha fundación hay distintas ramas colaboran con distintas ONGs, por ejemplo El Comercio Justo, Ayuda en Acción, Médicos del Mundo, que colaboran habitualmente con ellos.		
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Las sociales son campañas contra la drogadicción, tráfico, que en realidad serían pseudoinstitucionales.
	Patrocinio		
	Institucionales	x	
	Sociales	x	
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	2	Para mí dar información institucional es hablar de actividades de la propia universidad y de la divulgación científica.
	Formativa	1	
	Informativa	3	
	Entretenimiento	5	
	Social	4	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	<p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>En primer lugar estoy yo que soy el director, y en segundo lugar hay dos personas que son dos alumnos que tienen una beca de la universidad. Uno de ellos se ocupa de informativos y el otro de programas. Estas dos personas poseen cada uno su propio equipo compuesto por alumnos voluntarios, formando cada uno lo que debería ser el equipo de redacción de informativos y el equipo de redacción de programas respectivamente. En el equipo de informativos suelen ser unas 4 o 5 personas y en el de programas más o menos lo mismo, no me gusta ampliar mucho más. A ellos se les encomiendan las tareas de los programas propios de la emisora.</p> <p>En el equipo técnico tenemos a una persona que se llama Adrián Grimal y esa persona está contratada por la empresa para hacer soporte técnico, desde el punto de vista de los equipos de baja frecuencia, pero lo que es la realización de sonido de los programas lo hacen íntegramente los alumnos.</p>

	La puerta está abierta a todos, pero a los alumnos que quieren hacer un programa que vienen en grupo lo hacen aparte. Esos programas lo hacen en los estudios que se usan para las clases, luego yo paso la supervisión y si procede lo emitimos.
Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD: Yo soy profesor. La radio en mi contrato de PDI, consta como una asignatura de 6 créditos.</p> <p>PAS: El técnico es compartido con la universidad.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS:</p> <p>Contratado de prácticas:</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación: Sí, los dos coordinadores, con una beca de 600€</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
Voluntarios no remunerados número	<p>PD: 4 ó 5</p> <p>PAS: 4 ó 5</p> <p>Alumnos C. Comunicación: 10</p> <p>Alumnos otras titulaciones: no</p> <p>Colaboradores externos: 2</p>
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	<p>Sí. ¿Cómo? Sí, en mi caso, la asignatura "Radio", con 6 créditos de docencia. Es poco.</p> <p>No.</p>
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	<p>No propia no. Desde Rectorado y la facultad, se trata de la política de becas de la Universidad de San Jorge.</p> <p>Sí, ¿Documento disponible?</p>
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	<p>Para los becarios se suele hacer una primera convocatoria a principios de septiembre, se presentan X personas, y sólo entran dos. Estos alumnos entran en octubre después del Pilar. Los criterios suelen ser por expediente académico, en segundo lugar por la realización de prácticas en algún otro medio de comunicación, y en tercer lugar es haber colaborado en Radio Universidad de San Jorge en años anteriores.</p> <p>Una vez que se ha resuelto la convocatoria de becarios, a los que se han quedado fuera, los convoco a una reunión y los gano como voluntarios. A estas personas lo que les ofrezco es un certificado de aprovechamiento de prácticas.</p>
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	<p>Para la selección de becarios se crea una comisión entre Secretaría Académica, Decanato, Vicedecanato, y el director de la radio. Cada uno damos un voto, evidentemente ante cualquier tipo de empate el del director es el que cuenta.</p> <p>Los voluntarios que se ofrecen entran todos.</p>
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	<p>Hacemos una reunión semanal en la que vamos distribuyendo los demás. Utilizamos para ello Google Drive y así podemos verlo todo en cualquier momento. Se especifican días de trabajo de producción y las entrevistas que hay que cerrar para ir grabándolas. Nosotros como trabajamos en formato <i>podcast</i> no hacemos programas en directo, por lo que procuramos que el producto sea atemporal.</p> <p>En el caso de los programas, este año hemos intentado acercarnos un poco más a la gente joven, también dedicamos un tiempo a la semana a las redes sociales para difundir todo lo que estamos haciendo, colgamos fotografías, y así hacemos un poco de campaña de promoción de la emisora.</p>

	<p>Una vez a la semana tenemos que hacer una revisión de todos los contenidos que hemos emitido en nuestro programa institucional, porque como tenemos un boletín informativo resumen a la semana, que se emite los lunes, a la hora de enfocar las noticias de este boletín informativo, nosotros usamos una priorización informativa, de lo que hemos emitido, o en otro caso ir a buscar nuevos contenidos.</p> <p>Este boletín informativo se emite los lunes a las 12:00h y los jueves a las 20:00h de la tarde. El programa institucional se llama <i>Dragón digital</i>.</p>
--	---

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten? Tª y Técnica de la Radio. Aún no se ha impartido.</p> <p>El equipo que dirige actualmente la Facultad de Comunicación considera que la radio no es audiovisual. "Teoría y técnica de la radio" será común a los tres grados, hay que tener en cuenta que los que van a cursar el plan de estudios nuevo de Comunicación Audiovisual están ahora en primero.</p> <p>En los nuevos planes todavía los alumnos están en primero.</p>	
	¿Y en Periodismo?	No		
		Sí	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten? Locución radiofónica Radio y Tv informativa.</p> <p>Las asignaturas de radio no tienen relación con la emisora, la mía sí.</p>	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario		
		Taller	x	Sí, nosotros realizamos talleres en torno a 3 o 4 al año. Este año se han organizado en primer lugar un taller de autocontrol, destinado fundamentalmente a los alumnos de primero y segundo que no hayan cursado todavía ninguna asignatura de radio, pero está abierto también a todos los demás. El otro es de <i>podcasting</i> , y el otro se llama "Locución institucional y voz", éste está enfocado a la creatividad en radio y la adecuación de la voz a las necesidades publicitarias radiofónicas.
		Curso		
		Asignaturas grado	x	La mía sí.
		Otro		
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Sí	lo que pasa es que no tienen reconocimiento oficial de créditos, sino que se les da un certificado de aprovechamiento. Pero sí que está basado en el Plan Bolonia por lo que tengo que hacer un cronograma, una memoria etcétera.	
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí	desde el punto de vista de la locución se enfrentan al micrófono desde el minuto uno, y desde el punto de vista de la redacción, de la producción, también porque se tienen que enfrentar con personas de carne y hueso, tienen que hablar con ellas, hacer el ejercicio de convencerlos para que vengán a la emisora,		

	acompañarlos, redactar la entrevista, ver si hay otras entrevistas que se les hayan hecho anteriormente, y están presionados por el día de cierre. De esa manera trabajan como lo harían en un medio de comunicación formal pero con otra realidad.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)
		Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
		Otros ¿Cuáles? Quizá vienen un poco con más miedo desde el punto de vista de la locución, pero se les pasa en seguida. Vienen bien preparados de los talleres y de las asignaturas.
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí , se tienen que enfrentar a ello y desde el punto de vista de la disciplina se les puede mucho. Muchos son muy jóvenes y esto es una manera de enseñar a ser periodista, a pensar, a seleccionar las fuentes, etc.	
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí . ¿Cómo? Sí, yo lo tengo en cuenta si les estoy dando alguna asignatura, y si han participado activamente en alguna tarea relacionada con la radio, la práctica de radio que yo doy se la convalido.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	No.	
	Créditos ECTS	¿Cuántos?
	Certificado	x A los que hacen los talleres como a los voluntarios. Les sirve a la hora de optar a la beca.
	Nota numérica	
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	No	
		On line	No	
		Podcast	Sí, en iVoox serían unas 3 ó 4 horas semanales fijas.	
	Horario de emisión	24 horas al día		
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No.		
	¿La emisora tiene página web?	Sí , http://www.dragondigital.es/tag/radio-universidad-san-jorge/ Está dentro de la multiplataforma. No propia.		
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Plataforma Dragón Digital. Moodle .		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Propio de la universidad e Ivoox.		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Zara Radio.		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Zara Radio y XFrame		
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows			
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Audacity, Adobe Audition.			

¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	3
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Uno fijo para radio, y en la facultad hay otros 3, que son susceptibles de uso para nosotros.
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Los propios estudios.
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En todos
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay?	15 y además les adapto los portátiles para que los puedan usar de grabadoras.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	Dentro del programa institucional metemos todas las secciones.
		Mosaico	Los programas de los voluntarios sí van en mosaico.
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, en el programa <i>Dragón Digital</i>.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Unos 5 ó 6, fijos siempre hay dos.	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestiona. Usamos música de Creative Commons y de librería.	
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Sí, usamos la reciprocidad de las redes sociales y estadísticas de iVoox.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	En torno a 200/300 oyentes fijos cada semana que escuchan nuestros <i>podcast</i> , y redes sociales e iVoox.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 7 seguidores Facebook: 180 me gusta 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	2.014 descargas en 2014
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí. Cartelería por la universidad y pueblo cercano, una ronda de pasarnos por las clases para captar gente a principio de cada semestre, nuestros maratones y exteriores.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No, nuestro objetivo es ser formativa, prestar un servicio a la universidad y ser una herramienta didáctica. Ser formativa y divulgativa para la propia comunidad universitaria.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ		
7. CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí. El propio de la Facultad de Comunicación.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No.
	¿Existe una línea editorial definida?	No. Política no. La línea nuestra se basa en que somos un servicio para la comunidad universitaria y una herramienta académica para los alumnos.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí, tenemos un protocolo de actuación interna que se le entrega al alumno en cuanto entra por la puerta.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO USJ		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Yo creo que sí, creo que lo que va a ser un poco difícil va a ser la posibilidad de que las emisoras universitarias tengan conexión en red, ahí es donde interviene la ARU. Creo que va a ser difícil que se nos permita a todos agruparlos en una cadena y hacer una especie de desconexiones.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Sobre todo mejoraría lo que es la logística interna, contaría con más personas destinadas al proyecto, y modificaría la logística organizativa desde la gestión de la propia plataforma. Yo lo que haría es separar por completo el periódico de la radio y que cada uno contara con su propia página web.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	<i>Piano piano</i> , firme pero sin prisa, es preferible hacer un proyecto poco ambicioso de entrada, y poco a poco ir cimentando bien lo que vendría a ser la base de ese proyecto de radio para posteriormente ir incrementando. Empezar con un proyecto real teniendo en cuenta las personas, la logística, y crear un proyecto pequeño que cada año vaya creciendo.

1.18- Radio URJC. Universidad Rey Juan Carlos

Radio URJC es una emisora que emite en *streaming* y ofrece la posibilidad de descargar y escuchar sus *podcast* a través de iVoox. Fue creada en el año 2.009, y se sitúa al frente de la misma Manuel Sánchez Cid, que además es propietario de gran parte de los equipos técnicos de los que dispone la emisora, a la cual los ha donado de manera altruista. Es el artífice de la estructura de funcionamiento de la estación, que permite la coordinación entre dos campus pertenecientes a la misma universidad.

En la Universidad Rey Juan Carlos, los estudiantes están divididos físicamente en tres espacios: el Campus de Vicálvaro, el Campus de Aranjuez y el Campus de Fuenlabrada. Los estudios centrales de la emisora se encuentran en éste último, mientras que en Aranjuez aún se está planteando el proyecto de colaboración con la radio universitaria. Debido a esta separación física de los estudiantes en diferentes ubicaciones, se deposita la confianza en un coordinador de campus, existiendo en estos momentos dos personas con esta figura: el coordinador de Campus de Vicálvaro y el coordinador de Campus de Fuenlabrada. En ellos recae la responsabilidad de disponer los programas realizados por los voluntarios en lo que sería la parrilla libre en cada campus y constituyen el filtro que deben superar estos espacios antes de colgarse en la web. Por otro lado, en la central en Fuenlabrada se encuentran los equipos de: programas informativos (en construcción), equipo técnico, y el departamento de prácticas externas. En éste último se encuentran los alumnos del *practicum* o de prácticas externas de los grados, cuyas labores están centradas en la logística y gestión de la emisora.

Un aspecto interesante a destacar de esta estación de radio es que los alumnos antes de incorporarse a la emisora deben firmar un documento que reúne veintidós normas con referencias al compromiso que adquieren, forma de proceder, estilo, jerarquía y penalizaciones por incumplimiento. Es imprescindible la comprensión y la firma del mismo antes de entrar a colaborar en la emisora.

Por otra parte, llama la atención que para que un alumno que lo desee pueda obtener un certificado de aprovechamiento del trabajo efectuado en la emisora, el director de la estación solicita un informe al director del programa en el que esté colaborando dicho alumno y otro al coordinador de campus. Cuando el director obtiene dichos documentos, procede o no a proporcionar el certificado.

En esta emisora existe una marcada tendencia voluntarista, quedando excluida de sus fundamentos la posibilidad de ser una plataforma de difusión de prácticas de alumnos de las asignaturas regladas. Sin embargo, debemos señalar que Manuel Sánchez,¹²⁴ reitera su lucha sin éxito de momento, por la concesión de un reconocimiento por parte de la Universidad Rey Juan Carlos del trabajo de profesores coordinadores, PAS y ayudantes de docencia que colaboran trabajando de manera voluntaria en la emisora.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Manuel Sánchez Cid. Director Radio URJC.		
	Nombre emisora	Radio URJC		
	Universidad	Pública	Universidad Rey Juan Carlos	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	2009		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad	La dependencia desde enero de 2.014 es del Rectorado de la Universidad Rey Juan Carlos.	
	Financiación	Universidad	Es un tema que tenemos pendiente, desde que entró el nuevo equipo decanal no hemos tenido ningún aporte económico. Se supone que deberíamos empezar a tenerlo por parte de Rectorado.	
		Patrocinio		
		Otra		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Si ¿Por qué?		
		No ¿Por qué?	No nos lo permiten, pero justamente ayer recibimos una iniciativa desde Portugal para pagarnos por emitir cuñas. Pero no lo hacemos, no es nuestro fin en este caso, ni tenemos estructura para ello, ni buscamos alimentarnos económicamente por publicidad.	
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
		Sí. ¿Cuál/es?	Sí, el día 21 hicimos unas jornadas sobre derechos humanos en la que participaron 9 ONGs, las emitimos en directo e hicimos un CD. Aunque la publicidad de ONGs están permitidas, no lo hacemos. Solo emitimos como publicidad autopromociones propias.	
Tipo de cuñas	Promos propias	x	Solo autopromociones propias.	
	Patrocinio			
	Institucionales			
	Sociales			
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	5	El objetivo principal de esta radio es que los alumnos tengan una toma de contacto práctica con el medio y por tanto ese es el objetivo fundamental, buscamos una parrilla con un concepto educativo de entrada de	
	Formativa	1		
	Informativa	3		
	Entretenimiento	2		
	Social	4		

¹²⁴ Sánchez, M. (10 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio URJC. (R. Pinto, Entrevistadora)

			entretenimiento o un mix. Institucional no, porque desde el primer día se dijo que no somos una radio institucional, somos independientes.
--	--	--	--

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC	
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual.</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>
	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Empezamos por la dirección que soy yo, que fui quien empezó ayudar a las antiguas asociaciones que había siempre de forma desinteresada.</p> <p>Hay unos estamentos de coordinación que son: coordinación de campus de Vicálvaro que lo lleva un alumno y coordinación de campus de Fuenlabrada que lo lleva a otro alumno.</p> <p>Por otro lado, hay una coordinación de programas, una coordinación reciente de informativos, y una coordinación técnica.</p> <p>Luego tenemos un departamento de prácticas externas que recoge a los estudiantes de <i>practicum</i>, en concepto de prácticas externas, por lo que ellos sólo ayudan en la parte técnica en la parte logística, y de gestión creativa. Aparte tenemos un montón de programas que son de los distintos campus de alumnos que quieren participar.</p> <p>De esta manera cada campus tiene sus propios programas que se elaboran en los estudios que hay en cada uno de ellos. Nosotros tenemos instalaciones técnicas en dos campus, en Vicálvaro, y en Fuenlabrada. La sede está en Fuenlabrada. En Aranjuez la cosa es muy reciente y todavía no tenemos claro si lo van a hacer o no, allí está la Facultad de Ciencias de la Comunicación, aunque la central está en Fuenlabrada. El tema es no tener que trasladar a los alumnos, teniendo en cada campus medios disponibles.</p> <p>Los coordinadores son personas de confianza, el coordinador de campus es quien se informa y gestiona todas las necesidades básicas de los chicos de su campus: cómo se accede, qué problemas tenemos, cómo se pueden entregar los programas que generan, etc. Hace una labor muy interesante: las propuestas de programas siempre pasan por la persona de coordinación de campus así como los contenidos. Lo tenemos todo muy estructurado. Y luego cualquier circunstancia anómala, cualquier pregunta, cualquier toma de decisión última, la toma el director.</p> <p>Nosotros no hemos formalizado ningún tipo de convenio con máster ni con asignaturas para evitar que la radio se convierta en las prácticas de las asignaturas o del máster. Hay que buscar la iniciativa propia personal y libre de las personas. Los alumnos de prácticas externas sólo colaboran en cuestiones técnicas y de gestión. Todos los demás estudiantes que colaboran, en esa etapa superamos 240, son voluntarios no obtienen créditos ni nada a cambio, salvo su aprendizaje y su experiencia, qué es la verdadera motivación. Se trata de no olvidar el principio de necesidad de conocimiento. De <i>practicum</i> tenemos unas seis personas aproximadamente al año.</p> <p>Intento que se les pague a las personas que colaboran, he luchado por ello, incluso lucho por tener becarios pagados pero no lo he conseguido. La radio está abierta a todo el mundo, profesores, PAS y alumnos.</p>

<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo.</p>	<p>PD: Nunca nadie ha recibido nada, pero desde enero de 2.014 tengo un cargo equiparado a Vicedecano o Subdirector de Escuela Universitaria por el que tengo un complemento. De hecho la mitad de los equipos que hay en la emisora son míos personales que los cedo de forma altruista.</p> <p>PAS: Contratado no PDI ni PAS: Contratado de prácticas: Becado alumnos C. Comunicación: Becado alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos pagados: Otros:</p>
<p>Voluntarios no remunerados número</p>	<p>PD: 2 Hay una profesora que es la que ejerce la coordinación de programas. Antes había un técnico que colaboraba voluntariamente, ahora este trabajo lo hace una compañera de apoyo a la docencia de forma desinteresada.</p> <p>PAS: antes 1, ahora no.</p> <p>Alumnos C. Comunicación: 240 más 6 de <i>practicum</i> de los grados para gestión y técnica.</p> <p>Alumnos otras titulaciones: Hay varios dentro de los 240.</p> <p>Colaboradores externos: Unos 2-4</p>
<p>¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?</p>	<p>Sí. ¿Cómo? Sí, al director desde enero de 2.014, un complemento por Subdirector de Escuela Universitaria.</p>
<p>¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?</p>	<p>No</p> <p>Sí, ¿Documento disponible? Sí. Nosotros tenemos unos estatutos internos que creé yo en los que se establecen todas las normas y formas de proceder en cuanto a los compromisos, permanencia, forma de trabajar, de respeto etc. Luego tengo un convenio firmado con el Rectorado para los alumnos del <i>practicum</i>.</p>
<p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p>	<p>La plataforma universitaria de <i>practicum</i> para prácticas externas está abierta siempre, yo como director de la radio tengo mi línea de acción, y cuando considero oportuno convoco las plazas, le dan el visto bueno, y empieza el procedimiento. Suelo hacer dos convocatorias al año.</p> <p>Para los colaboradores está abierto constantemente.</p>
<p>¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?</p>	<p>Para la selección del <i>practicum</i> ponemos una serie de requisitos y conocimientos mínimos, se les hace una entrevista a los candidatos para evidenciar su interés, se les indica los compromisos, las obligaciones, los derechos y las fechas, entonces ellos deciden y yo decido. Si lo que se les propone coincide con lo que es con lo que buscaban entran a formar parte de la radio.</p> <p>A los voluntarios se les hace leer la propuesta de estatutos y normas, si están conformes la firman y nos presentan una propuesta de contenidos. Pueden entrar de dos formas: en un espacio libre por el que presentan una propuesta de contenidos, se les ayuda y se les indica para que tome forma de programa, o entran directamente a formar parte como colaboradores de un programa que ya está hecho.</p>

	<p>¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?</p>	<p>Hemos funcionado de varias maneras, antes la parrilla era de temática libre. Ahora está compuesta por una serie de programas que se diseñó conforme a un consenso con el resto de compañeros en el que hay un horario donde tenemos el programa de agenda cultural, otro en el que tenemos el programa de cocina etcétera. De esta manera los estudiantes se apuntan a la línea que más le interese.</p> <p>Están por un lado los compañeros de técnica y por otro los compañeros de logística y creación. Éstos últimos están en un despachito que nos han habilitado recientemente donde tienen unos ordenadores y unas claves asignadas y se encargan de subir programas, hacer notas de prensa, valoran horarios etcétera.</p> <p>Los compañeros de técnica tienen sus horarios asignados, se busca un consenso con los alumnos porque tienen obligaciones, y con la disponibilidad de espacios, y entonces la coordinadora técnica estructura los días de grabación, ellos asumen esa labor y los grupos vienen a grabar conforme tienen asignado el espacio. Algunos lo hacen en directo, otros se producen y pasan por la supervisión de los coordinadores de campus, estos cuando los revisan, lo pasan a la gente de gestión, y si no hay ninguna incidencia, lo cuelgan. Si hay alguna incidencia me lo pasan a mí y yo valoro qué es lo que hay que acometer.</p> <p>Los coordinadores de campus tienen diariamente que gestionar proyectos, coordinar programas etcétera, hay tarea. Yo calculo que trabajo dos horas diarias con el correo electrónico en este tema.</p> <p>La coordinación de informativos la lleva a una profesora pero todavía no ha arrancado. Para hacer informativos se necesita una infraestructura humana y tecnológica muy importante además de un compromiso brutal por parte de los alumnos. Lo que nosotros vamos a hacer es unos bloques informativos compuestos por píldoras pequeñas, como hacer un bloque informativo pequeño de 5 minutos en directo, pero para eso requerimos mucha infraestructura y mucha gente. Esperamos ir complementando esto con el tiempo.</p>
--	---	--

<p align="center">CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC</p> <p align="center">3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA</p>			
FORMACIÓN	<p>¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?</p>	No.	
		Sí.	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten? Producción audiovisual en TV y Radio Creación y locución radiofónica</p>
	¿Y en Periodismo?	No.	
		Sí.	<p>¿Asignaturas de radio que se imparten? Géneros informativos en radio y tv Producción de programas informativos en radio</p> <p>Ninguna de las asignaturas tiene relación con la radio. Tanto la coordinadora de programas como la coordinadora de informativos son profesoras de estas asignaturas pero no existe vínculo oficial entre las asignaturas y la radio. Creo que las asignaturas son asignaturas y en la radio se hace otra dinámica. Asignaturas y másters son independientes de la radio.</p>

¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x	No son oficiales pero hacemos de vez en cuando sesiones informativas y preparatorias tanto en la parte técnica como en algunos aspectos como en la grabación multicanal etcétera, no son muy abundantes pero algunos se han hecho. Son una especie de seminarios o sesiones gratuitas que las imparte es un compañero o las imparto yo, son sesiones preparatorias a las que viene quien quiere. Radio URJC fue la primera radio española en difundir contenidos en audio multicanal y cuando digo la primera radio española me refiero a todas las existentes, cuando digo difundir significa no emitir por ondas si no difundir contenidos en internet por descarga, en <i>podcast</i> .
	Taller		
	Curso		
	Asignaturas grado		
	Otro		
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No , son sesiones que se hacen fuera de programación y que sí que buscan evidentemente aportar unos conocimientos y unas habilidades, pero no están reconocidos en ningún plan universitario ni tienen una guía docente como tal.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Yo creo que sí , hacen muchas labores asumen desde la parte técnica, la redacción, ambientación musical, tienen que hacer todo el desglose de derechos de la SGAE, que es importantísimo, hacen un proceso de documentación, cada uno con el rigor que entiende oportuno, y luego hay un gran trabajo en equipo, yo creo que sí.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	Otros ¿Cuáles? Falta de conocimiento del medio profesional, falta de conocimiento de las estructuras profesionales, falta de conocimiento de lo que debe ser el rigor de labor, no les pasa a todos pero el 90% de los alumnos vienen con esas carencias.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Yo creo que sí . En este negocio de la enseñanza hay que querer enseñar y hay que querer aprender. Unos aprenderán más que otros conforme a su interés. La mayoría de la gente que nos cuenta a posteriori nos dice que sí que han aprendido cosas y que ha sido fructífero.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí . ¿Cómo? A los <i>practicum</i> sí. A los voluntarios, hay informes de los coordinadores de campus pero por programas, y si hay alguna persona que destaca por su valía, la tengo presente para incorporarla a los equipos de coordinación.		
	No.		
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x	A los <i>practicum</i> .
	¿Cuántos?		
	Certificado	x	A los voluntarios, pero debe venir acreditado con un informe del director de programa, del coordinador de campus y luego lo valoro yo como director.
	Nota numérica		
		No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC

4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	no	
		On line	<i>Sí streaming.</i>	
		Podcast	En web y en iVoox.	
	Horario de emisión	24 horas al día	Combinamos bucle musical, programas en directo y en diferido.	
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No		
	¿La emisora tiene página web?	Sí , https://online.urjc.es/es/radio-urjc		
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Joomla!		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Depositamos los audios en iVoox y los enlazamos a nuestra web con un link . Las canciones sí están en el servidor interno de la universidad.		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No.		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Zara, VLC Y Windows media player.		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame y ZaraRadio		
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Linux y Windows		
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Audacity, Sound forge y Sony Vegas.		
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	No tenemos puestos de redacción como tal. Solo el despacho o sala con los 6 puestos para los <i>practicum</i> de gestión y logística.		
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	En Fuenlabrada, donde está la sede tenemos 5 compartidos con docencia más uno propio de la radio . En Vicalvaro tenemos 5 compartidos de docencia y radio .		
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Las mismas , menos el control de continuidad.			
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En todos			
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	La radio tiene dos y la universidad posee otros 9.			

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC

5. PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , tenemos programas destinados a divulgación científica como <i>Encuentros URJC</i> .		
¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Más de 25.		

¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	A SGAE 70€/mes aproximadamente. Pagamos unos 70€ al mes a SGAE. En radios de este calibre cobra por porcentaje de utilización, por ejemplo, si tenemos 100 minutos de programación, pagamos en función de ello.
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Ahora no. Se hicieron en su día de forma muy manual. Intentamos hacer una parrilla en la que cupiesen muchos contenidos distintos que cubrieran muchos temas que a ellos les interesase.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	No tenemos datos. El coordinador de Vicalvaro utiliza algunas herramientas, como Google Analytics, pero me parecen resultados muy parciales.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 306 seguidores Facebook: 75 me gusta A 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	Aproximadamente unas 1.000 visitas mensuales a la web.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , jornadas para dar a conocer la nueva parrilla, cartelería, lo ponemos en la web.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No. Nosotros no buscamos audiencia. Lo importante es la formación de los alumnos.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	Sí , está asociado a las normas de obligado cumplimiento tanto para los colaboradores como para nosotros. Se contempla: 1. Compromisos hay que establecer, el tiempo mínimo para estar en la emisora, hay que hacer un tiempo mínimo con una producción mínima, si no se parte de ese compromiso no se puede trabajar en la radio. La radio no se puede entender como un capricho. Los compromisos están para asumirlos. 2. Formas de respeto y de proceder. 3. Jerarquía, funciones, y mecanismos, cómo se manda el trabajo, como se deriva, una estructura muy clara. Hay que mejorarla de forma constante pero es fundamental tenerla clara. 4. Penalizaciones en caso de incumplimiento. Quien no firma el documento previo no entra en la radio.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No. Se puede tocar todo mientras se aporten datos reales, contrastados y objetivos. No se puede faltar al respeto, ni ridiculizar razas ni religiones.
	¿Existe una línea editorial definida?	No. En todo caso nos remitimos a las reglas de la emisora.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No, pero sí hay algo en las reglas de la emisora. Por ejemplo sí seguimos los niveles de normalización técnicos en la emisión difusión de contenidos. Los contenidos deben trabajarse a -20dbfs y -9dbfs de pico y con mucho rigor a -23dblux. Esto es muy raro encontrarlo hasta en normas de radio profesionales.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí , vamos sacando, modificando y añadiendo en función de las necesidades.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO URJC		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Yo creo que podrían emitir ya si quisieran. Creo que las emisoras universitarias pueden emitir ya si lo quieren, de hecho cuando yo entré en esta aventura, lo hice con el Ayuntamiento de Fuenlabrada para que nos diera una licencia y nos la daban. A nivel municipal es posible. A nivel local suele tenerse mucho desconocimiento en este aspecto. Los ayuntamientos lo pueden solicitar. Otra cosa sería que ARU pudiera emitir como emisora universitaria unificada a nivel local, se podría gestionar. También es cierto que, para una emisora institucional el ayuntamiento puede incluso ofrecerte tiempo de emisión en su emisora, lo que pasa es que aquí intervienen temas políticos. El tema de las no concesiones a nivel general es porque ahora mismo están paralizadas por eso no se conceden a nivel nacional.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Tener más medios, poder emitir en FM, poder tener una estructura mayor, poder pagar a unas personas que pudieran dar una cobertura constante, disponer de más medios en general.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Yo solo buscaría el aprendizaje de los chicos, hacer un trabajo noble, honesto, buscando lo mejor para los chavales o al menos ofertarles la posibilidad de que puedan tener una toma de contacto. No hace falta tener medios descomunales en cuanto a calidad, pero sí medios variados con más de un control. Es dar la posibilidad de que exista esa iniciativa. Si luego se apuntan o no se apuntan es problema de ellos. No buscar audiencia buscar aprendizaje y experiencia, esa es mi filosofía y esos son mis objetivos.

1.19- UPF Ràdio. Universitat Pompeu Fabra

UPF Radio es una emisora universitaria nacida en el año 2007 en la Universitat Pompeu Fabra. Al frente se sitúa su director, José María Palau, quien siendo docente de la universidad recibe una compensación económica por su labor como director, algo que es inusual en la mayoría de estaciones universitarias españolas.

Por otra parte, la emisora cuenta con personal contratado exclusivamente para la estación, formado por un jefe técnico y una figura híbrida que aúna las funciones propias de un jefe de emisiones y un jefe de redacción. La mayor parte del personal de la radio es voluntario, siendo alumnos de los Grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo en su mayoría. Cuando es posible, se solicitan becarios que reciben remuneración económica como pago por su trabajo en la emisora.

UPF Ràdio emite en *streaming* en ocasiones, pero fundamentalmente trabaja en formato *podcast*, constituyéndose como una emisora 100% a la carta. Destacamos que la emisora cuenta con sus propios estatutos desde la creación de la misma además de una especie de contrato entre las personas que colaboran y trabajan en ella, documentos en los que se sientan las bases de la misma.

Es interesante desde el punto de vista de la formación el formato de enseñanza titulado “Taller Integrado de Periodismo”, que se imparte en tercero de grado, y durante todo el curso académico. En el mismo se contempla el trabajo práctico en televisión, radio, prensa escrita, y medios digitales, produciéndose contenidos a la vez en para los cuatro medios. Ese “Taller Integrado de Periodismo” incluye un 25% de prácticas de radio, que son enviadas a la UPF Ràdio para ser colgadas en la web como *podcast*.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO			
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA			
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Josep María Palau Director UPF Radio	
	Nombre emisora	UPF Radio	
	Universidad	Pública	Universitat Pompeu Fabra
		Privada	
	Año de creación de la emisora	2007	
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes	
		Universidad La emisora depende del Rectorado y la Gestión está servida a los Estudios de Periodismo en la Facultad de Comunicación.	
	Financiación	Universidad A cargo del Rectorado, un presupuesto muy pequeño.	
Patrocinio			
Otra			
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué? Sí, lo hemos valorado alguna vez, lo que sucede es que internamente esto siempre provoca debate, se tiene miedo a que no entremos en la categoría de sin ánimo de lucro. Eso implica distintas cosas desde las cuestiones de los gastos y pagos de la SGAE a cuestiones de estatutos internos. Con lo cual todo lo que serían patrocinios o algún tipo de auspiciador de esponsorización de espacios o de programas concretos de momento no hemos conseguido salir adelante con ese tema.		
	No ¿Por qué?		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? En principio con las propias de la universidad. Tenemos un departamento que se llama UPF Solidaria que financia proyectos el tipo ONG y funciona como una ONG dentro de la universidad, y también tenemos colaboraciones puntuales con entidades que vienen a pedir ayuda y		

		damos una cierta visibilidad al trabajo que están haciendo.		
Tipo de cuñas	Promos propias	x	De vez en cuando anunciamos determinadas actividades universitarias como la semana de la salud, etc.	
	Patrocinio			
	Institucionales	x		
	Sociales			
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	3		
	Formativa	1		
	Informativa	2		
	Entretenimiento	5		
	Social	4		

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO		
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen</p> <p>Ten en cuenta que presupuestariamente estamos muy limitados, la mayor parte del personal básicamente es voluntarista. Sí que hay un técnico contratado, y hay una persona también contratada como jefe de antena o jefe de redacción, es una figura un poco intermedia y por último yo mismo.</p> <p>Luego tenemos a personal que viene de cualquier parte de la universidad para hacer un programa.</p> <p>De los estudiantes de periodismo, tenemos a los que están haciendo su trabajo de fin de grado (TFG), que pueden optar a hacer trabajos en medios propios y por lo tanto venir a trabajar en la radio intentando aportar nuevas ideas, promoción, organización de acontecimientos o actividades de la radio, etcétera.</p> <p>Hay un responsable por programa, la jefa de redacción, y yo mismo, que haríamos de consejo editorial. Somos los responsables de ver las propuestas que llegan y de la programación.</p>
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	<p>PD: Director con compensación por ello.</p> <p>PAS: un técnico.</p> <p>Contratado no PDI ni PAS: Jefa de redacción.</p> <p>Contratado de prácticas: Antes sí, ahora no.</p> <p>Becado alumnos C. Comunicación:</p> <p>Becado alumnos otras titulaciones:</p> <p>Colaboradores externos pagados:</p> <p>Otros:</p>
	Voluntarios no remunerados número	<p>PD: muy puntual</p> <p>PAS:</p> <p>Alumnos C. Comunicación: unos 30</p> <p>Alumnos otras titulaciones: unos 15</p> <p>Colaboradores externos: unos 15</p>

	¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo? El director tiene compensación económica.
		No.
	¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No Sí, ¿Documento disponible? Estatutos, está todo en los estatutos que aprobamos al principio antes de poner en marcha la actividad.
	¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Los becarios se solicitan a principio de curso, a veces nos dan y otras no. A veces, como depende de Rectorado, son ellos los que lanzan la campaña. Los TFG son ellos los que solicitan hacer el trabajo en la radio. Para los voluntarios, la puerta de entrada está abierta siempre, otra cosa es que hagamos campañas a principio de curso, después de vacaciones de navidad y alrededor de Semana Santa.
	¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Los becarios son gente que le interesa, se intenta tutelar que coincidan los intereses con las necesidades. Cuando llega alguien que no ha hecho nada de radio, antes debe entregar un esquema de programa con contenidos, formatos, etc. Les proponemos un piloto y según como van les hacemos una formación reducida pero suficiente para que puedan desempeñarlo.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Como es una emisora 100% a la carta no tenemos un marcaje de horarios, sí que es verdad que en determinados programas y ocasiones hacemos la programación en <i>streaming</i> lo enlatamos, y lo utilizamos como <i>podcast</i> . Tenemos un horario en el que sí estamos activos, pero lo que no tenemos es una hora determinada para que colgar los programas. Los alumnos reservan los estudios, graban, y después se suben a la web.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO			
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA			
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No. Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Fundamentos de la creación radiofónica Creación radiofónica
	¿Y en Periodismo?	No. Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Locución en medios audiovisuales. Tenemos el "Taller Integrado de Periodismo" y dentro del mismo se trabaja televisión, radio, prensa escrita, y medios digitales. Durante todo el año se están produciendo contenidos a la vez en los cuatro medios. Ese taller incluye un 25% de prácticas de radio y esas nos llegan para ser colgadas como <i>podcast</i> en la emisora. Este "Taller Integrado de Periodismo" es de tercer curso. Dura el año completo.
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x Intensivo para que los voluntarios que llegan nuevos puedan trabajar. Hacemos también seminarios de creación de

				podcast y paisaje sonoro, es una manera de acabar convenciendo a alguien de que venga a hacer programas a la radio.
	Taller			
	Curso			
	Asignaturas grado			
	Otro			
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Hay veces que le damos un formato más oficial y otras en que las formaciones son para que la gente sepa que estamos ahí y nos conozcan básicamente.			
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí. A nivel radiofónico seguro. Han hecho su "Taller Integrado de Periodismo", su formación en locución y luego hacen sus prácticas diarias en la radio, con lo cual el nivel de competencia a alcanzar es mayor.			
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)		
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)		
		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)		
		Otros ¿Cuáles? Depende de si vienen de la casa o de fuera. Los que vienen de comunicación, en general la parte de locución y teórica la traen de casa. Los que vienen de otros estudios ahí es donde están más limitados. A nivel técnico, hoy en día, todos vienen como muy lanzados, el que más y el que menos, por tanto la parte técnica creo que antes tenía más peso que ahora en el sentido de falta de información, pero ahora les falta el tema de puesta en escena, locución.		
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí. Espero que sí, la idea es esa.			
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Sí, yo al final de curso hago un informe de cada uno, y en base a este informe se da la concesión del crédito. No pueden venir dos días, no hacer nada y esperar a que les conceda un crédito.			
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS		¿Cuántos? Sí	
	Certificado		Sí	
	Nota numérica			
	No.			

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	No	
		On line	Sí	
		Podcast	En página propia e iVoox	
	Horario de emisión:	24 horas al día		
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	La página cambia ahora para integrar iVoox en la misma. De esa manera será más fácil socializar el contenido.		
	¿La emisora tiene página web?	Sí, http://www.upf.edu/upradio/		
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Propio de la universidad.		
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Cambiamos a iVoox en breve.			

¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No. Con iVoox sí.
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	Winamp
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Dalet
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows y Linux
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Dalet
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	5
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	Propio de la radio 1. De la universidad hay 3 más.
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Hay 4 cabinas.
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En todos
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	3

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO			
5.PROGRAMACI3N DE LA EMISORA			
PROGRAMACI3N	¿Cuál es el modelo de radio de esta estaci3n?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programaci3n se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgaci3n científica de la universidad como contenido habitual?	Si , en diferentes programas y en <i>Semillas de Ciencia</i> de ARU.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	20	
	¿C3mo gestionáis el tema de los derechos de autor de la m3sica?	No se gestiona. El tema SGAE lo traspasamos en su día al departamento jur3dico de toda la universidad. En principio no pagamos nada, no tenemos ánimo de lucro y somos de vocaci3n formativa, por lo que no pagamos nada.	
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboraci3n de la programaci3n? Sondeo, encuestas...	Si , al ser todo por internet tenemos estadísticas. Y tenemos feedback de las redes sociales de la radio.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Usamos Google Analytics.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusi3n tiene en las redes	Twitter: 407 seguidores Facebook:331 me gusta

	sociales?	A 12/03/2015 Tenemos poco dinamismo, depende mucho de cada programa.
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí , hasta 4 al año. Hacemos también cartelería, estamos en las pantallas informativas de la universidad en el propio campus, etc.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	No . De entrada no es lo más importante. Tiene que haber una audiencia pero para nosotros es más importante ofrecer el servicio.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	No hay un documento como tal, pero tenemos una especie de contrato entre los que opten a hacer un programa en la radio y la propia radio. Uno se acoge a unas ciertas normas de normalidad. Tratamiento de contenidos, etc.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No . Especifico no. Otra cosa es el tratamiento de los temas.
	¿Existe una línea editorial definida?	No . En este sentido no. Damos mucha cancha a los alumnos para que hagan lo que quieran. Son voluntarios, tampoco les podemos poner muchas pegas para que no se cansen rápido. Se trata de tratar los temas bien explicados y con gracia. No censuramos, pero no permitimos que digan nada ofensivo.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No . Como tal no.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	Sí . Están en las bases de la propia radio. Es un documento muy genérico que viene a apelar al buen comportamiento y a cuidar los equipos.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UPF RÀDIO		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Me gustaría. Yo creo que hay una percepción de que las universidades son un centro de cultura pero también un centro de contrapoder, entonces el hecho de dar alas a un medio de expresión que por definición sería más libre y menos controlado por ciertos poderes, no alienta las ganas de facilitar esas frecuencias. Nosotros no estamos sin frecuencia, no porque no la hayamos deseado en algún momento, sino porque, por ejemplo, teóricamente, tal y como es el mapa de frecuencias que hay en Cataluña, nosotros podríamos pedir una frecuencia para uso docente, el problema es que la Universidad Pompeu Fabra tiene diversos núcleos en la ciudad de Barcelona, es decir, está diseminada en varios campus. Eso obliga a que la frecuencia que nos otorguen deba ser para toda Barcelona y ahí es donde encontramos el bloqueo.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Mejoraría estas cosas que al final siempre nos llevan van a parar al tema presupuestario, me gustaría tener un mejor presupuesto para tener más gente en contrato. De esta manera la emisora se profesionalizaría más. Cuando tienes más personas que te sirven de base de apoyo en forma constante y no sólo voluntarista, la continuidad está mucho más garantizada y el poder alcanzar metas mayores.

	<p>¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?</p>	<p>Primero sobre todo, las ganas y el entusiasmo. Montar una emisora universitaria quiere decir negociar con muchas partes. A todo el mundo le parece muy bien porque es una buena herramienta de comunicación, pero luego hay debates a nivel jurídico, también hay temas de la propia universidad, debates sobre la gestión de la emisora, si desde un departamento o desde otro, por lo tanto ahí hay mucho desgaste.</p> <p>Eso sólo se compensa si se está muy ilusionado y con muchas ganas de hacer algo porque se cree que realmente se va a hacer algo que los alumnos van a apreciar. Una herramienta en manos de los alumnos, bien para formarse o bien para divertirse. A veces hacemos mucho hincapié en la formación pero hay que tener en cuenta que la diversión es una parte fundamental de esa formación.</p>
--	---	---

1.20- Radio CEU. Universidad CEU Cardenal Herrera

La emisora universitaria Radio CEU, creada en el 2.006, presenta un aspecto único entre todas las demás: comparte la emisión on line con la Agencia EFE. De esta forma, la estación universitaria se ocupa de unas tres horas y media o cuatro de emisión diaria de lunes a viernes, mientras que la Agencia EFE ocupa el resto del tiempo de emisión.

Una vez más, se trata de una estación coordinada por dos profesoras de la Universidad CEU Cardenal Herrera que tienen como parte de su trabajo la coordinación de la emisora. El resto del equipo que la compone está formado por cuatro becarios que se ocupan de la redacción y locución por un lado, y de la parte técnica y redes sociales por otro, divididos a su vez en dos turnos: de mañana y de tarde.

Por otra parte, Radio CEU emite exclusivamente on line o en *streaming*, y en la actualidad se está trabajando para ofrecer sus contenidos también en formato *podcast*. En las siguientes tablas observamos otros aspectos de la emisora, datos obtenidos a través de las respuestas de Ángels Álvarez, que comparte la coordinación de Radio CEU con Kety Betés. Destacamos también que se encuentran en proceso de colocar altavoces en las cafeterías del campus así como en zonas de paso, con el objetivo de darle más visibilidad a la estación universitaria.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU

1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Ángels Álvarez Codirectora junto con Kety Betés.		
	Nombre emisora	Radio CEU		
	Universidad	Pública		
		Privada	Universidad CEU Cardenal Herrera	
	Año de creación de la emisora	2006		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad Decanato de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación.		
	Financiación	Universidad Presupuesto presentado al Decanato de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación.		
		Patrocinio		
		Otra		
¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?			
	No ¿Por qué? No, nosotras llevamos 6 meses, pero no lo vemos viable ni tampoco aconsejable.			
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.			
	Sí. ¿Cuál/es? Sí, tenemos varios contactos con ONGs y ellas nos facilitan información y nosotros hacemos un seguimiento de sus tareas. Es un contenido que tiene mucha presencia en nuestra radio, les dedicamos reportajes, entrevistas, todo lo que podemos. La redacción de Radio CEU se encuentra en el mismo espacio que El Rotativo, que es un periódico digital que tenemos, entonces, los materiales los compartimos. Hay una sinergia que funciona muy bien, nosotros les pasamos temas y ellos a nosotros también.			
Tipo de cuñas	Promos propias	x		
	Patrocinio			
	Institucionales			
	Sociales			
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	4		
	Formativa	1		
	Informativa	5		
	Entretenimiento	2		
	Social	3		

CUESTIONARIO DIRECTORES O COORDINADORES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Ejemplo: <u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS <u>Realización:</u>	Funcionamos con cuatro becarios, dos están en la programación de la mañana y los otros dos están en la programación de la tarde. La emisora solamente tiene tres horas y media o cuatro de producción propia. El resto de horas, a través de un convenio que hemos firmado con la Agencia EFE, emitimos su señal. Ellos tienen los contenidos informativos más una serie de programas

<p>Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>enlatados con diferentes temas: medioambientales, sociales, económicos...A partir del momento en el que nosotros cerramos la emisión, que es a partir de las 15:30h, todos los días y hasta el día siguiente, que nosotros empezamos la programación a las 09:30h, lo que emitimos son los contenidos suministrados por la Agencia EFE, por EFE Radio.</p> <p>De los cuatro becarios, dos se encargan de redactar y locutar, y los otros dos se encargan de la parte técnica y redes sociales. Unos entran desde las 9:00h de la mañana y están hasta las 14:00h y los otros dos entran desde las 14:00h hasta las 19:00h de la tarde.</p> <p>Además de los becarios, que cobran por ello, tenemos a los colaboradores. Son alumnos de la universidad de diferentes grados, por ejemplo de Veterinaria, de Magisterio, que participan en la programación. Nada más empezar el curso en septiembre pasamos por las clases y les animamos a que presenten proyectos para programas. Tenemos un periodo de recepción de alrededor de un mes y cuando ya hemos recibido todas las propuestas nos sentamos a cerrar la programación. Intentamos que todo el mundo que presenta propuesta se quede finalmente. Cuando nos llegan coincidencias temáticas intentamos reorientarles para que cambien de tema o para que se fusionen y trabajen en el mismo grupo. Hay contenidos que se repiten mucho como la información deportiva.</p> <p>Antes sí había una persona contratada exclusivamente para llevar la radio, pero esta persona se fue a otra universidad, y con ello cambió la estructura de la emisora.</p>
<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo</p>	<p>PD: PAS: Un técnico propio de la facultad supervisa equipos técnicos. Contratado no PDI ni PAS: Antes sí, ahora ya no. Era contratada exclusivamente para la emisora y llevaba también un grupo práctico de la asignatura de radio de la titulación de periodismo. Contratado de prácticas: Becado alumnos C. Comunicación: 4 becarios cobrando 300€ al mes. Siempre son de Comunicación Audiovisual y de Periodismo. Becado alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos pagados: Otros: no</p>
<p>Voluntarios no remunerados número</p>	<p>PD: Las dos coordinadoras sin compensación extra por el trabajo en la emisora. Y colaboran unos 5, hay un profesor de Economía, uno de Derecho, uno de Veterinaria, de Magisterio, de Deontología...</p> <p>PAS: tenemos un programa en el que damos voz a todas las personas que pertenecen a la comunidad universitaria, por lo que sí que participan en muchas ocasiones, puesto que se hacen entrevistas a PDI y a PAS.</p> <p>Alumnos C. Comunicación: unos 50 voluntarios. Alumnos otras titulaciones: unos 5 Colaboradores externos: Sí algunos.</p>
<p>¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?</p>	<p>Sí. ¿Cómo? No. Antes sí, hubo una persona contratada solo para la radio, pero no era PAS ni PDI.</p>

¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No. Los becarios van por el Vicerrectorado de Estudiantes.
	Si, ¿Documento disponible?
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	En septiembre se convoca la beca, y una vez que se resuelve pasan por un periodo de formación en la emisora. Tenemos técnicos de la facultad que le ayudan a afianzar los contenidos técnicos y la práctica, pero son alumnos de Comunicación Audiovisual y de Periodismo, por lo que muchas cosas las saben hacer ya. Para los voluntarios, hemos hecho campaña este año en la que hemos ido por otras titulaciones a ver si se animaban a colaborar. Como nuestra emisora tiene una vocación formativa, intentamos que todos los que tienen inquietudes radiofónicas entren.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	A nosotros nos hace llegar el Vicerrectorado las solicitudes y nosotras seleccionemos a quién le damos la beca. En cuanto los alumnos de Comunicación y Periodismo, intentamos que sean alumnos que hayan cursado ya la asignatura de radio de segundo, pero nos encontramos con muchos de primero que tienen mucha ilusión por entrar, por lo que los englobamos en equipos en los que hay alumnos mayores para que no sean los de primero los que lideren el programa. Los voluntarios, intentamos que entren todos.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	En la emisora hay boletines informativos desde las 11:00h de la mañana hasta las 16:00h de la tarde y toda la franja que va pegada al informativo de mediodía, a partir de las 14:00h, una vez que acaba el informativo, tenemos siempre un programa transversal que se llama <i>A vueltas con...</i> en el que se aborda la información con más profundidad. Esta sería la columna vertebral informativa. A partir de ahí los programas son musicales, de medio ambiente, de crecimiento personal, sobre los erasmus, el funcionamiento de la universidad, son de temática muy variada. Deben durar como máximo 25 minutos. Pensamos que para los alumnos es bueno hacer programas más cortos pero de calidad. Cuando cambiamos de cuatrimestre sí se producen variaciones en la programación. Es debido al cambio de horario de los alumnos. Cada programa lo organizan los mismos alumnos, normalmente hay un presentador y una copresentación, como es un programa coral que se presenta entre varios, todos hacen de todo.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU			
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA			
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Teoría y técnica radiofónica. Historia de la radio y la televisión. Diseño de producción musical y creación radiofónica. En mi asignatura, "Diseño de producción musical y creación radiofónica", las prácticas destacadas sí se emiten por la emisora.
	¿Y en Periodismo?	No.	
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Teoría y técnica radiofónica. Periodismo en radio.
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	X
		Taller	
			Este año hemos propuesto en el presupuesto una formación que en

	Curso		<p>realidad es un regalo para los alumnos, queremos plantear actividades formativas a través de talleres, cursos, seminarios, que estén dirigidos de una manera especial a esos alumnos que colaboran en la radio. En caso de que esas plazas no se llenarán se abrirían a otros alumnos que no colaboran en la radio.</p> <p>Lo hemos presupuestado para el curso que viene. Son seminarios de cómo poner en marcha una radio por internet, narrativa transmedia, cómo elaborar un <i>podcast</i>, cosas que les pueden resultar interesantes y que puedan aplicar en el futuro.</p> <p>En las asignaturas no da tiempo a meter todos los materiales que se quisiera, por eso nos planteamos la posibilidad de hacerlo mediante estos seminarios. Complementaría el programa docente. El problema va a ser el horario de los alumnos para sacar un curso complementario.</p>
	Asignaturas grado	x	Sí.
	Otro	x	Formación para los becarios
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	No. Como la idea era que ya hubieran cursado la asignatura de segundo se suponía que ya tenían ciertos conocimientos.		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí. De radio desde luego. Han afianzado muchos contenidos, y han vivido una serie de experiencias que un alumno que no va a la radio, que solamente se limita a cursar la asignatura de segundo, no tiene. Se presentan además oportunidades de conocer gente que les pueda proporcionar un puesto de trabajo en el futuro, o un contacto para ello.		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	<p>Otros ¿Cuáles?</p> <p>Yo creo que los becarios, como intentamos que sean gente de tercero o de cuarto, ya tienen un bagaje y una formación, porque han cursado las asignaturas correspondientes, e incluso a veces puede que ya hayan hecho prácticas fuera. Con lo cual, conocimientos teóricos los tienen, los prácticos también, técnicos también, esos son los más completos, los becarios.</p> <p>Desde el punto de vista de los colaboradores, si son de primero, les falta de todo, más que si son colaboradores de tercer o cuarto de grado. Quizá de todo un poco. Depende del nivel en el que estén.</p> <p>Estos alumnos a veces tienen carencias por ejemplo, que a veces saben mucho sobre un tema, pero de otros temas no, se especializan muy pronto, quizás. O a algunos les falta capacidad de esfuerzo, van a lo cómodo. Quizá a las generaciones de hoy en día les falta un poco más trabajar la locución y la dicción.</p>	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí. Ayuda mucho. Nosotros no podemos estar todo el día encima de ellos, pero si detectamos que hay alguien con alguna carencia, intentamos hablar con esa persona proporcionarle ejercicios y recomendaciones. Es importante que el producto final sea un producto que se pueda escuchar.		

	¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Nos piden un informe de funcionamiento, que es el que le presentamos al Decano, se valora la programación, el número de alumnos que han participado, es un informe bastante cuantitativo.		
		No.		
	¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x	¿Cuántos? Estamos en ello, algunos alumnos nos han pedido hacer el <i>practicum</i> en la radio, nos lo estamos planteando.
		Certificado	x	Sí a los que lo piden.
		Nota numérica		
	No.			

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	Ya no. Antes no teníamos licencia, por eso dejamos de emitir en FM.	
		On line	Sí, compartida con la Agencia EFE.	
		<i>Podcast</i>	Estamos trabajando en ello.	
	Horario de emisión	24 horas al día		
		X horas al día	Sí, una franja de entre 3,5 horas y 4.	
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No		
	¿La emisora tiene página web?	Sí , https://www.uchceu.es/medios-ceu/radioceu/		
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Propia de la universidad		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Propio de la universidad		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan?	XFrame		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame		
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows		
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	XFrame		
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	15		
	¿Cuántos estudios hay en la emisora?	1 propio de la emisora y 2 de la universidad		
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Solo de la radio no, de la universidad hay 7 salas de edición de audio.			
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí			
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	8			

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí , a través de ARU emitimos <i>Semillas de Ciencia</i> y también lo tratamos en el programa <i>A vueltas con Jareño</i> .	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	25	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	Entre SGAE Y AGEDI 166€/mes aproximadamente. Creo que tenemos una cuota fija. A SGAE y AEDI: cerca de 2.000 euros al año.	
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Sí , Los técnicos miran las estadísticas de YouTube , y me indican que tendremos unos 20-25 oyentes al día. Pero tenemos unos problemas con los videos, por lo que no tenemos acceso al histórico.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU			
6.AUDIENCIA			
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	Ahora queremos poner altavoces en las cafeterías y en las zonas de paso para que se escuche la emisora y tener un poco más de visibilidad.	
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 408 seguidores Facebook: 652 me gusta A 12/03/2015	
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	No hay datos fiables.	
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí . Nos pasamos por las clases de todo el campus, hacemos cartelería, lo ponemos en el Blog de Comunicación Audiovisual, mandamos mensajes a los alumnos para difundir, etc.	
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Sí . Nos encantaría que la comunidad universitaria nos escuchara, pero somos conscientes de que esto está más bien enfocado hacia la idea de que los alumnos encuentren un taller en el que formarse y mejorar su formación, que en la creación de un producto. Pero a mí me encantaría que tuviera un poco más de publicidad y que la gente lo conociera. A ver si conseguimos un poco más de promoción por los altavoces de la universidad y activando el tema del <i>podcast</i> .	

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU			
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO			
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	No . Se trata de autocontrol, que cada uno sepa dónde está. Sentido común, cuidar el lenguaje y las expresiones.	
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No .	

	¿Existe una línea editorial definida?	No. Nos basamos en el respeto hacia lo que hacen los demás, los valores...
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	No.

CUESTIONARIO RESPONSABLE RADIO CEU		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	<p>No lo sé. No creo que seamos competencia de nadie. Lo veo más como un recurso que enriquece la comunicación, la comunidad educativa y la programación de radio en general. Ojalá pudiera dársele más salida.</p> <p>Nosotros antes emitíamos en FM pero decidimos dejar de hacerlo por evitar la confrontación con otras radios profesionales. No sé si va a poder ser, pero ya estamos trabajando en esa línea desde ARU. Estamos cooperando, hacemos cosas juntos y a lo mejor, quizás en un futuro, salga un canal, una radio que sea radio universitaria que recoja todo lo que estamos haciendo ahora mismo entre radios universitarias.</p>
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Que hubiera una persona que pudiera estar más pendiente, encima del proyecto. Nosotras este año somos dos, pero somos codirectoras, yo me encargo más de la parte de informativos y mi otra compañera de la parte de programación, y si nos quitaran un poquitín de peso de docencia, de gestión o de investigación, le podríamos dedicar más tiempo a la radio. Nos gustaría disponer de más horas para poder afrontar la radio mejor.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	<p>A mí me gusta que haya una programación diaria, que funcionen como una radio profesional, que se organicen ellos, que tengan mucha autonomía, y que se les faciliten cursos de formación, de reciclaje, de actualización, eso les va muy bien. Que hagan de la radio un reflejo de lo que los jóvenes quieren, que pueda tratarse cualquier tipo de contenidos con libertad, pero sobre todo que ellos sean los responsables de lo que están haciendo.</p> <p>Se les debe dejar muy claro desde el primer momento que no es un juguete, que deben aprender pero también intentar sacar un producto lo más digno posible. Que sean también centros de experimentación, de creatividad, que a veces se convierten en una copia de lo que es la radio comercial y tampoco es eso. Hay que darle protagonismo a lo que está haciendo a la universidad y a la comunicación que se genera en nuestro entorno más que a lo que pueda ocurrir en la otra parte del mundo.</p>

1.21- OnCEU Radio. Universidad CEU San Pablo

OnCEU Radio se puso en marcha en el año 2010 en el seno de la Universidad CEU San Pablo y su emisión se basa en el formato *podcast*. En esta estación no hemos podido realizar una entrevista telefónica, tal y como hemos procedido en el resto de los casos. Enviamos cuestionario por correo electrónico, tal y como solicitó nuestro contacto, Cristina Rodríguez, profesora colaboradora de la emisora, y las respuestas fueron contestadas mediante

archivo adjunto por una de las editoras de la radio, Mercedes Martínez y dicha profesora colaboradora. No hemos podido contactar con el director de la emisora, pese a que estaba al tanto de la forma de proceder por parte de Mercedes Martínez y Cristina Rodríguez, ya que recibía copia de todos los correos que intercambiábamos. De esta manera, no hemos obtenido respuesta para los tres últimos bloques del cuestionario, que son los que han dejado en blanco las personas que han respondido a las preguntas. Así pues, hemos intentado obtenerlas mediante el envío de varios mails al director, Álvaro de la Torre, pero no hemos obtenido contestación alguna. Señalamos que esta manera de proceder impide que recabemos toda la información que sí hemos logrado conseguir en el resto de emisoras mediante entrevista telefónica, puesto que, ante la respuesta directa del entrevistado, se pueden obtener aclaraciones y matices que es imposible recabar cuando las respuestas son por escrito. Una vez expuestos los problemas acaecidos con esta parte de la muestra, procedemos a realizar el análisis de la emisora.

En primer lugar, un aspecto a señalar de OnCEU Radio es la infraestructura de becas con la que trabajan. Cuentan con ocho alumnos que cobran por el trabajo realizado en la emisora con diferentes figuras: dos de ellos con contratos de prácticas, los editores; y seis con becas de colaboración, lo que sitúa a OnCEU Radio como la emisora analizada con mayor número de alumnos trabajando con remuneración económica.

En cuanto a otros aspectos, es la única emisora de las analizadas que no contempla la responsabilidad social en sus emisiones, es decir, que no colabora con ONGs ni presta espacios para dar difusión a asociaciones sin ánimo de lucro.

Por otro lado, para la selección de alumnos en OnCEU Radio se realiza una prueba de acceso que puede contener un test de actualidad, una redacción o pruebas similares, algo inusual también en las otras emisoras universitarias consultadas.

Es importante señalar que las asignaturas de radio de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo tienen relación con la emisora, de forma que en muchas ocasiones se publican las prácticas de los alumnos en formato *podcast* en la web de OnCEU Radio.

CUESTIONARIO ONCEU RADIO				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Cristina Rodríguez Luque Profesora colaboradora OnCEU Radio Mercedes Martínez Peña Editora OnCEU Radio		
	Nombre emisora	OnCEU Radio		
	Universidad	Pública		
		Privada	Universidad CEU San Pablo. Madrid.	
	Año de creación de la emisora	2010		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación		
	Financiación	Universidad		
		Patrocinio		
		Otra		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?		
		No ¿Por qué? No, porque al tratarse de una emisora que pertenece a un grupo con objetivos meramente formativos de momento no contemplamos la posibilidad de introducir publicidad pagada.		
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
		Sí. ¿Cuál/es?		
Tipo de cuñas	Promos propias	X		
	Patrocinio			
	Institucionales			
	Sociales			
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	1		
	Formativa	5		
	Informativa	3		
	Entretenimiento	4		
	Social	2		

CUESTIONARIO ONCEU RADIO	
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	
Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
Ejemplo:	Director: Profesor Álvaro de la Torre
Dirección:	Editoras/ Jefas de Sección: Laura Rubio y Mercedes Martínez-

<p>Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	<p>con contrato de prácticas</p> <p>Realización: La emisora cuenta con siete programas dirigidos por diez directores (tres programas con doble dirección), todos becados, exceptuando dos de ellos, la profesora Cristina Rodríguez Luque y una alumna cuyo TFG es uno de los programas que se encuentran dentro de nuestra parrilla.</p> <p>Entre los directores becados, algunos cuentan con un contrato de prácticas y otros con becas de colaboración, en función del curso académico en el que estén. Cada uno de ellos junto con sus colaboradores, que no están becados, redactan, graban y editan sus propios programas.</p>
<p>Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo</p>	<p>PD: PAS: Contratado no PDI ni PAS: Contratado de prácticas: 5 Becado alumnos C. Comunicación: 1 Becado alumnos otras titulaciones: 2 Colaboradores externos pagados: Otros:</p>
<p>Voluntarios no remunerados número</p>	<p>PD:La profesora Cristina Rodríguez colabora en la radio pero no recibe remuneración por ello. PAS: Alumnos C. Comunicación: En torno a 20 Alumna que realiza como TFG uno de los programas que se emiten en OnCEU Radio Alumnos otras titulaciones: Colaboradores externos: Hay programas que cuentan con entrevistas con colaboradores externos, no contamos con el número.</p>
<p>¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?</p>	<p>Sí. ¿Cómo? No.</p>
<p>¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?</p>	<p>No. Sí, ¿Documento disponible?</p>
<p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p>	<p>En torno a mayo y junio, a través de las redes sociales, sobre todo.</p>
<p>¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?</p>	<p>Mediante una prueba de acceso que puede contener un test de actualidad, una redacción, o pruebas similares. Estas pruebas se realizan para formar parte del equipo de Onceudigital, el medio de prensa y audiovisual del que formamos parte. La selección del personal de la emisora se forma a partir de las personas que pasan a formar parte del equipo.</p>
<p>¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?</p>	<p>Los dos jefes de sección se encargan recoger todas las peticiones de nuevos programas y de ordenar los programas ya existentes y organizar quiénes y cómo los dirigirán, con ayuda del director del medio. Una vez se ha organizado la parrilla, se crea un horario de grabación y emisión de todos los programas en función de la disponibilidad de horarios de los dos estudios de radio del centro audiovisual de la universidad y de los horarios académicos de los becados/contratados en prácticas. Cada director, con la supervisión de ambos jefes de sección se encarga de realizar su</p>

		programa, con redacción, grabación y edición incluida y, posteriormente, se envía a los jefes de sección que supervisan el material y lo suben al portal web.
--	--	---

CUESTIONARIO ONCEU RADIO						
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA						
FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	<table border="1"> <tr> <td>No.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sí.</td> <td>¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio 2º Producción y Realización en Radio 4º</td> </tr> </table>	No.		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio 2º Producción y Realización en Radio 4º
	No.					
	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio 2º Producción y Realización en Radio 4º				
	¿Y en Periodismo?	<table border="1"> <tr> <td>No.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sí.</td> <td>¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio Periodismo en Radio y Televisión Se realizan prácticas en todas las asignaturas de radio. En la asignatura que yo doy, "Producción y Realización en Radio" algunos de los programas: ficción, magacín reportaje se suben como programa a OnCEU Radio que se llama <i>Mosaico Sonoro</i>.</td> </tr> </table>	No.		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio Periodismo en Radio y Televisión Se realizan prácticas en todas las asignaturas de radio. En la asignatura que yo doy, "Producción y Realización en Radio" algunos de los programas: ficción, magacín reportaje se suben como programa a OnCEU Radio que se llama <i>Mosaico Sonoro</i> .
	No.					
	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten? Radio Periodismo en Radio y Televisión Se realizan prácticas en todas las asignaturas de radio. En la asignatura que yo doy, "Producción y Realización en Radio" algunos de los programas: ficción, magacín reportaje se suben como programa a OnCEU Radio que se llama <i>Mosaico Sonoro</i> .				
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria?	Seminario	x Seminario complementario en información radiofónica			
		Taller				
		Curso				
		Asignaturas grado	x Todas			
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	Sí				
	A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	Sí.				
	¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una x	x	Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)			
x		Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)				
x		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)				
x		Otros ¿Cuáles? En algunos casos falta de conocimientos prácticos.				
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí					
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí. ¿Cómo? Sí, a través de la supervisión del trabajo que realizan tanto por parte del director como por parte de los jefes de sección.					
	No.					
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS	x ¿Cuántos? Si están contratados en prácticas, la participación cubre los 6 ECTS de la asignatura de prácticas.				
	Certificado					
	Nota numérica					
	No.					

CUESTIONARIO ONCEU RADIO			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
Tipo de emisión	Ondas FM	No	
	On line	No	
	Podcast	Sí	
Horario de emisión	24 horas al día		
	X horas al día		Un programa al día de entre 30-45 min en formato <i>podcast</i> .
Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	No		
¿La emisora tiene página web?	Sí.	http://www.onceu.es/radio/	
¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Sí.	Filezilla. (Es un cliente FTP, un programa que permite subir y bajar archivos de un servidor remoto) BPM (Solución de código abierto para procesos de negocio)	
Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	ftp.onceu.es,	propio de la universidad.	
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No.		
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	XFrame		
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	XFrame		
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows y Mac OS		
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición?	Audacity		
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	14		
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	2		
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	3		
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí, en ambos.		
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	5.		

CUESTIONARIO ONCEU RADIO			
5. PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	La mayoría de los programas son temáticos, exceptuando uno más informativo y un magacín de entretenimiento general.
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	
		Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	No.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	7	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música?	No se gestiona.	Al no tener ánimo de lucro, no hace falta gestionarlo.
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuesta	Sí.		

CUESTIONARIO ONCEU RADIO		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	N/C
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	Twitter: 1605 seguidores Facebook: 919 me gusta A 12/03/2015
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	N/C
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	Sí.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	N/C

CUESTIONARIO ONCEU RADIO		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTO LÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	N/C
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	N/C
	¿Existe una línea editorial definida?	N/C
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	N/C
	¿Existen normas de funcionamiento interno?	N/C

CUESTIONARIO ONCEU RADIO		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	N/C
	¿Qué mejoraría de la emisora?	N/C
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	N/C

1.22- UniRadio Jaén. Universidad de Jaén

UniRadio Jaén fue la segunda estación de radio universitaria creada en Andalucía, ya que fue fundada en el 2009. Como elementos a destacar de la misma, indicamos la posesión de una página web muy completa, en la que el internauta incluso puede ver el estudio de radio a través de la *web cam* mientras se está emitiendo en directo. Entre otros aspectos positivos, UniRadio Jaén cuenta con dos personas contratadas por la Asociación Cultural Radio Universitaria de Jaén que trabajan para la radio. Por otro lado la emisora posee reglas de funcionamiento interno y estatutos y se rigen por el Plan Estratégico de la Universidad de Jaén, manteniendo la coordinación con el mismo.

Para su director, Julio Ángel Olivares,¹²⁵ las redes sociales son uno de los puntos fuertes de esta emisora, siendo UniRadio Jaén y sus colaboradores algunos de los agentes más influyentes de la provincia en el entorno digital.

Desde el punto de vista formativo es interesante un proyecto que se va a poner en marcha en esta estación durante el próximo curso académico 2015/2016. Según el director de la emisora, se trata de un experimento docente que contará con alumnos en prácticas de diferentes centros como por ejemplo el de Estudios Avanzados en Lenguas Modernas, y alumnado de Filología Inglesa y de Filología Hispánica, con el objetivo de que realicen labores de corrección de estilo en la radio universitaria, y contemplando la posibilidad de que tengan su propio apartado dentro de la parrilla. Con este experimento proyectarán las prácticas que deben realizar en determinadas asignaturas de su titulación, proporcionando una mayor profesionalización a UniRadio Jaén. Se trata de un proyecto interesante, dado que la Universidad de Jaén no oferta estudios de Ciencias de la Comunicación, por lo que el voluntariado que conforma la emisora universitaria procede de titulaciones muy distintas.

¹²⁵ Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Entrevista Director UniRadio Jaén. (R. Pinto, Entrevistadora)

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN

1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Julio Ángel Olivares Director Uniradio Jaén		
	Nombre emisora	UniRadio Jaén		
	Universidad	Pública	Universidad de Jaén	
		Privada		
	Año de creación de la emisora	2009		
	Dependencia o gestión	Asociación o consejo de estudiantes		
		La emisora sigue gestionada a través de la Asociación Cultural Radio Universitaria de Jaén. Como servicio de la Universidad depende del Vicerrectorado de Planificación, Calidad, Responsabilidad Social y Comunicación. La radio depende de una asociación independiente con respecto al equipo de gobierno, pero recibe el apoyo de tal vicerrectorado, en colaboración y retroalimentación constante.		
	Financiación	Universidad		
		La principal vía de financiación es la ayuda económica de la Universidad, aunque solicitamos ayudas de convocatorias al voluntariado a través de la asociación. Hasta ahora, lamentablemente, no han surtido efecto.		
		Patrocinio		
		Otra		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí ¿Por qué?		
		No ¿Por qué? No es factible ni legal. En algún caso se ha contemplado un patrocinio de un programa o actividades que se impulsen desde alguna institución, pero publicidad directa como tal no.		
Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro?	No.			
	Sí. ¿Cuál/es? Teléfono de la Esperanza, AECC, Cruz Roja Jaén, ADACEA, Asociación Esclerosis Múltiple...			
Tipo de cuñas	Promos propias	x		
	Patrocinio	x		
	Institucionales	x		
	Sociales	x		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante.	Institucional	5		
	Formativa	2		
	Informativa	3		
	Entretenimiento	4		
	Social	1		

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Ejemplo:	Dirección. PDI
	<u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS	Realización: Dos técnicos (uno de ellos ejerce de subdirector también), contratados por "Asociación Cultural Radio Universitaria de Jaén"
	<u>Realización:</u> ...	

Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	PD: No
	PAS: No
	Contratado no PDI ni PAS: 2
	Contratado de prácticas:
	Becado alumnos C. Comunicación:
	Becado alumnos otras titulaciones:
	Colaboradores externos pagados:
Voluntarios no remunerados número	Otros:
	PD: 6
	PAS: 3
	Alumnos C. Comunicación:
	Alumnos otras titulaciones: 120
¿Los PD o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Colaboradores externos: 40
	Sí. ¿Cómo? No. No, en el caso del alumnado, créditos de libre configuración.
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No Si, ¿Documento disponible? Hay unas reglas de funcionamiento interno. El documento se envía a los/as colaboradores/as voluntarios/as. Del mismo modo, hay unos Estatutos que rigen el funcionamiento de la asociación. Además, la radio cumple al detalle los objetivos estratégicos de la universidad.
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Se suele realizar al final de cada temporada aunque permanece abierta durante todo el curso radiofónico. De hecho, aunque desde hace tres temporadas la parrilla está completa, seguimos intentando dinamizar la oferta radiofónica y dar oportunidades a todo/a aquél/aquella que lo solicita.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Entrevistas personales y estudio de la propuesta de programa atendiendo a los descriptores que han de especificar en el formulario.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza?	Planificación anual, mensual, semanal y diaria. A través de "Google Drive" y reuniones entre subdirector, director y técnico, vamos planificando las obligaciones del día. Como director, paso varias horas del día en la emisora para atender a las necesidades que puedan surgir, además de llevar a cabo cuestiones de burocracia, planificación y emisión de los programas que dirijo. Hay dos informativos, uno a las 9:00h y otro a las 13:00h. No hay un programa rector o epicéntrico. Al principio de temporada se revisan las preferencias de cada programa y se les asigna una hora de grabación para lo que no pueda emitirse en directo. Con este número de espacios en parrilla muchas veces es complicado. Aunque están preestablecidos los espacios en parrilla, a veces nos solicitan cubrir eventos o hacer programas fuera.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

¿Alberga la universidad la titulación de Grado en	No
---	-----------

Comunicación Audiovisual? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
¿Y en Periodismo? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No		
	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria? Marcar con una X y explicar en qué consiste	Seminario		
	Taller		
	Curso	x	Sí, solemos realizar algunos cursos coincidiendo sobre todo con la semana de celebración del aniversario de la radio en torno al mes de abril. Cada año coincidiendo con esas fechas impartimos algún curso relacionado con los temas de cómo hablar en público, contamos también con la ayuda de la Asociación de la Prensa de Jaén para dejarnos asesorar y que algún periodista venga a dar una charla.
	Asignaturas grado		
	Otro		
¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?	<p>Sí, sobre todo incidiendo básicamente en la dinamización de las capacitaciones y de la profesionalización hasta cierto punto, y la proyección asertiva de los alumnos y alumnas.</p> <p>En determinadas circunstancias también lo que tratamos es de vincular todas las actividades prácticas de esos talleres a cuestiones relacionadas con las temáticas de las asignaturas que ellos cursan y en ese sentido, pues sí. Lo que pasa es que la viabilidad siempre pasa por atender a lo que es la demanda personalizada. Tratamos de tener un cuestionario para que cada colaborador en principio nos aporte información sobre aquellos ámbitos en los que se siente fuerte y aquellos en los que tiene algún déficit o piensa que podría mejorar nos ceñimos sobre todo eso. Nos ceñimos a cuestiones de todo lo que es el marco de responsabilidad tanto académica como social y de todo lo que se estipula en los planes estratégicos de la universidad pero sobre todo tenemos en cuenta a las personas.</p>		
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	<p>Sí. Estoy absolutamente convencido. Yo como profesor en el ámbito del aula percibo que el alumnado tiene bastantes problemas a la hora de comunicar, ahora con los nuevos planes de estudio es el alumno es el que debe tomar partido en lo que es el ámbito docente y el ámbito investigador y proyectarse como persona activa, y el profesor debe pasar a un papel más de tutor o de guía. En ese sentido los alumnos que participan en la radio universitaria tienen un largo camino recorrido ya, no sólo en sus años de carrera sino también en su futuro profesional, cuando se enfrenten a una entrevista de trabajo, con el mero hecho de haber estado haciendo un programa de radio ya han adquirido esas habilidades.</p> <p>En primicia te cuento que tenemos una serie de experimentos docentes aquí en la universidad, con alumnos que hacen prácticas en diferentes centros como el centro de lengua Estudios Avanzados en Lenguas Modernas, y la próxima temporada vamos a incorporar alumnado de Filología Inglesa y de Filología Hispánica para que realicen labores de corrección de estilo y para que incluso tengan su propio apartado dentro de la parrilla. Proyectarán lo que son las prácticas que tienen que hacer en determinadas asignaturas de su titulación para ayudar y aportar a una mayor profesionalización de nuestra emisora. Resulta esencial que en una radio, y en cualquier</p>		

		medio de comunicación, que haya una corrección y una atención extrema, en puntales como el propio estilo de locución etcétera. Ten en cuenta que algunos alumnos son de Ciencias, otros son de Ingenierías, puesto que no tenemos una cantera de alumnos de comunicación.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una x		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	Otros ¿Cuáles? En algún caso que otro que hay que ayudarles a saber gestionar la información y quizás también a saber cómo articular todo ese potencial invisible que ellos tienen, pero sobre todo fallan en la cuestión técnica. Para ellos de vez en cuando gestionamos cursos para que aprendan a auto producirse.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí. No me cabe duda. Por lo general ellos lo tienen muy claro, sobre todo la persona que se lanza a dirigir un programa, y se rodea de colaboradores, y tira mucho del carro... con esa dinámica se ve cómo van aprendiendo los unos de los otros.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí	¿Cómo?	
	No	No. Nosotros lo que le pedimos es constancia. Sí que se tiene una especie de informe de colaborador al principio, en el que se incluye cuáles son sus responsabilidades, y lo que le pedimos a todos es que se atengan al código ético y que evidentemente aporten una continuidad a la propia emisión y en la elaboración de los programas. Es cierto que en el segundo año de funcionamiento pensamos en unos premios, pero aunque bien es cierto que se premia el esfuerzo de las personas, es posible que esto también desmotive a otros. Por lo que intentamos que estemos todos al mismo nivel y hemos preferido huir de ello.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de los alumnos voluntarios?	Créditos ECTS		x ¿Cuántos? Sí, 1,5 créditos ECTS
	Certificado		x A quien lo solicita.
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN				
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA				
ESTRUCTURA TÉCNICA	Tipo de emisión	Ondas FM	Directo, 95.6 FM	
		On line	<i>streaming</i> directo en uniradio.ujaen.es. <i>web cam</i> para programas en directo	
		Podcast	de cada programa emitido disponible en la página web	
	Horario de emisión	24 horas al día	365 días al año	
		X horas al día		
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?	Emisor FSN 1000,a 650 W , alcance provincial.		
	¿La emisora tiene página web?	Sí , http://uniradio.ujaen.es/		
¿Recurren a algún <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál?	Drupal.			

Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor?	Shoutcast
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	No
¿Qué reproductor multimedia utilizan?	
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad?	Jazler y Virtual Dj Free.
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows 7
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición?	Adobe Audition
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	1
¿Cuántos estudios hay en la emisora?	2
¿Cuántas salas de edición y locución hay?	Una, es uno de los dos estudios.
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	Sí, en el estudio 2.
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	Una unidad móvil y tres grabadoras compactas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista Especializada	Nuestra programación en cierto modo está abierta a todas las temáticas, básicamente hay dos pilares: el perfil académico y el perfil social. Huimos un poco de lo que es la cuestión generalista, vamos más a lo que serían las temáticas relacionadas con esos ámbitos, aunque esto no quiere decir que no tengamos también nuestros informativos.
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques Mosaico	
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí. Tratamos siempre de tener un programa relacionado con el tema de intervención social al día. También tiene un peso importante la cuestión de la divulgación científica. Yo diría que es uno de los puntales básicos junto con la responsabilidad social. Es un magazine que se llama <i>Campus Vita Est</i> . Es un programa sobre cultura y cuestiones relacionadas con el ámbito social. También tenemos microespacios dedicados al tema. También emitimos <i>Semillas de Ciencia</i> de la ARU.	
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?	En torno a 40 de producción propia	
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música? ¿Pagáis a SGAE, a AGEDI? ¿Cuánto?	A SGAE 85€/mes aproximadamente. A SGAE, es una cuota fija al mes en torno a los 85/90€.	
	¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Sí. Solemos movernos mucho en redes sociales a la hora de ver la demanda de temáticas. Y luego lo que es estar diariamente con el micrófono en mano recorriendo el campus, nos da a conocer cuáles son las temáticas que quieren los oyentes. También tenemos contacto directo con la sociedad jienense, siempre pedimos a los oyentes que nos escriban para sugerirnos temas.	

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN

6.AUDIENCIA

AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?	<p>25.000 oyentes potenciales diarios, con oscilaciones mínimas, casi todos ellos/as pertenecientes a la propia comunidad universitaria. Además, la frecuencia FM de UniRadio Jaén, cubre toda la capital jiennense y parte de la provincia, extendiendo el rango de oyentes en potencia.</p> <p>Por otro lado, nuestra emisión on line aglutina a una audiencia muy diversa que nos escucha fuera de las fronteras de la provincia (puntos de la geografía española y fuera de España).</p> <p>Nuestra audiencia media, puede establecerse en un margen de entre 5.000-15.000 oyentes, al sumar los diferentes canales de comunicación (Directo FM, Directo Online y Podcast).</p> <p>La medición la realizamos analizando nuestra emisión on line, nuestra web y nuestras redes sociales con los instrumentos que Google, Facebook y el resto de plataformas digitales ponen a nuestra disposición para analizar los datos.</p>
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales?	<p>Twitter: 898 seguidores. Facebook: 3945 me gusta. A 12/03/2015</p> <p>Es uno de nuestros puntos fuertes, siendo UniRadio Jaén y sus colaboradores algunos de los agentes más influyentes de la provincia de Jaén en el entorno digital.</p>
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen?	<p>Las visitas fluctúan en función de los espacios, las fechas y demás variables, sin embargo, podemos estimar una media de 5.000 visitas y descargas mensuales de nuestra web. Con todo, dependiendo de programas especiales de gran audiencia, esta cifra puede llegar a las 100.000 descargas como fue el caso del magazine <i>Campus Vita Est</i> el día 16 de diciembre pasado.</p>
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora?	<p>La visualización de nuestros contenidos y la promoción de nuestros valores institucionales están siempre presentes en nuestra actividad diaria. Cada mes realizamos diversas campañas para acercar UniRadio Jaén a cada colectivo y las comunidades que conforman nuestra audiencia presente y futura.</p>
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	<p>El concepto de audiencia tiene una importancia relativa en una emisora comunitaria. No es premisa fundacional tener un mayor número de oyentes (para eso están las radios comerciales). El concepto de audiencia en UniRadio Jaén incide, sobre todo, en la necesidad de crear un espacio y foro de debate, cobra un sentido comunitario, materializándose en la acción social y la divulgación científica, como servicio público.</p>

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN

7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO

CÓDIGO DEONTO	¿Disponen de código deontológico?	<p>Sí. Tenemos un código ético en el que planteamos cuáles son los puntales de la emisora. Nos solemos guiar bastante por el propio perfil de la institución. Nosotros nacimos mucho de lo que fueron las enseñanzas de la radio de la Universidad de Huelva, pero luego establecimos nuestro propio código ético. Esto en la propia asociación de la cual depende la emisora, ahí es donde se establecieron todos estos principios.</p>
----------------------	-----------------------------------	--

	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	En principio tenemos cierta reticencia a la hora de tratar la cuestión política, en ese sentido solemos huir bastante de ello y tratamos de mantenernos al margen las cuestiones relacionadas con este ámbito. Aunque intentes tener representantes de todos los partidos políticos, al final nunca se puede tener a todos, y no sólo porque uno declina la invitación, sino porque hay muchos partidos políticos y no se puede tener a todos. Aunque de forma específica no se indica, sí es cierto que en ese sentido somos bastante neutrales. Por otro lado somos una emisora que defiende a capa y espada el tema de los derechos humanos y el tema de los derechos de los animales, por ello la tauromaquia es una de las cuestiones que tratamos de evitar, hemos tenido nuestros debates, pero el primer año nos propusieron un programa sobre ese tema y no cayó muy bien.
	¿Existe una línea editorial definida?	No. Yo creo que no. La línea editorial que seguimos es la del respeto, del sentido común, y la del trabajo diario y la apuesta por estar siempre tratando de ser motores del entorno y dar visibilidad a personas que no tienen la posibilidad de expresarse en otros medios.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No.
	¿Existen normas de funcionamiento interno? ¿Decálogo de normas de comportamiento?	Sí. Tenemos los estatutos y ese <i>pack</i> que se le entrega al colaborador al inicio de la temporada en el que hay una serie de puntos que deben de seguir.

CUESTIONARIO RESPONSABLE UNIRADIO JAÉN

8 .OPINIÓN PERSONAL

OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Evidentemente lo que desean todas las radios universitarias es que esto se consolide. Lo que creo es que la Comunidad Autónoma de Andalucía ya ha dado esos pasos por lo que estimo que es de sentido común y que se logrará finalmente. Lo que ocurre es que no sé qué intereses creados puedan darse en un futuro pero digamos que sí confío plenamente, sobre todo porque sé que hay gente que lo apoya en las instituciones y porque hay gente muy entregada en la radio universitaria para que esto sea posible.
	¿Qué mejoraría de la emisora?	Mejoraría la estabilidad económica sin lugar a dudas. La Universidad ayuda mucho pero las circunstancias económicas son las que son, nosotros nos quitamos el sombrero ante lo que está haciendo nuestra universidad. El problema está en el contexto general, la universidad sólo puede aportar a tener de lo que puede, y en ese sentido lo que me gustaría que cambiara es el contexto. Quizá las radios universitarias deberían tener un empaque mayor dentro de la sociedad y que de alguna forma hubiera un tejido empresarial que apostase fuerte por este tipo de iniciativa y pudiéramos también optar incluso a la autofinanciación, que sería la situación ideal. La radio depende de una asociación más que de la propia universidad, con esas miras, como organismo es lo suyo que pudiéramos solicitar nuestras propias subvenciones, pero ahora está la cosa reñida. A estas convocatorias concurren muchos agentes culturales.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Energía a largo plazo, ilusión, capacidad de trabajo, entrega, muchísima fortaleza a la hora de superar adversidades, constante interacción con los diferentes agentes sociales y creatividad. Estamos hablando de un medio de comunicación en el que lo que prima es un plus diferenciador que es el que nos diferencia de los medios de comunicación generalistas, que no pueden ofrecer a sus oyentes temáticas tan específicas.

2.- Resultados de la investigación

Una vez sintetizada la información obtenida mediante las entrevistas a los responsables de las emisoras universitarias, procedemos al análisis de resultados. Para la clasificación de las respuestas, hemos continuado con la misma categorización que hemos seguido para la realización de los cuestionarios y preguntas efectuadas a los entrevistados. Esta organización de contenidos nos permite ejecutar una comparación entre las contestaciones, para elaborar gráficos y porcentajes que ayuden a comprender y simplificar la información, y permitan la comparación de resultados.

2.1- Características técnicas de las emisoras

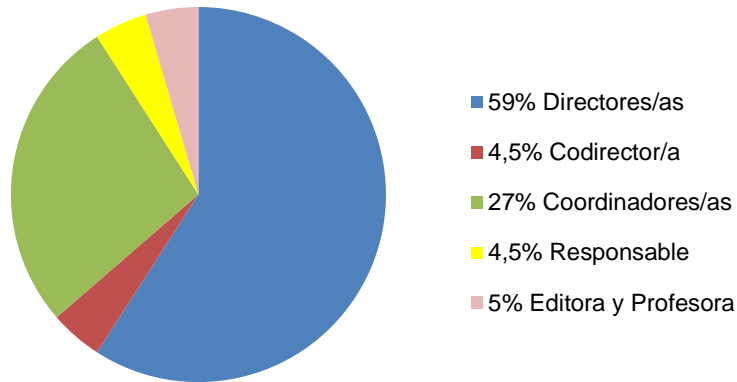
Con esta primera tabla extraemos información sobre cuestiones básicas de la radio universitaria. Con ella podemos hacernos una idea de la función predominante sobre la estación, así como de qué organismo depende de forma orgánica y financiera, tipo de cuñas que emite y si contempla o no la responsabilidad social entre sus funciones. Los resultados obtenidos se muestran a continuación.

2.1.1- Cargos de los entrevistados

Como hemos señalado anteriormente, en esta investigación hemos entrevistado a las personas que están al frente de las emisoras universitarias. Realizando una clasificación de los cargos que ocupan los responsables de las mismas obtenemos que en las 22 emisoras universitarias analizadas existen: 13 directores/as, 1 codirectora, 6 coordinadores/as y 1 responsable.

Señalamos que en el caso concreto de la emisora OnCEU Radio, de la Universidad CEU San Pablo, pese a que la persona responsable de la estación es su director, las respuestas obtenidas fueron facilitadas por una de las editoras y una profesora colaboradora, debido a la imposibilidad de contactar con dicho responsable.

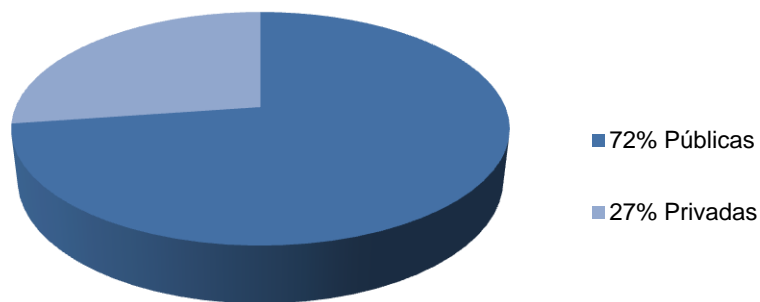
Cargos de los entrevistados



2.1.2- Titularidad de las Universidades que albergan las emisoras

De las veintidós emisoras analizadas, la titularidad pública o privada de las universidades a la que pertenecen las estaciones universitarias se representan mediante el siguiente gráfico, siendo públicas la mayoría con un 72% y privadas el resto con un 27% del total.

Titularidad de las Universidades

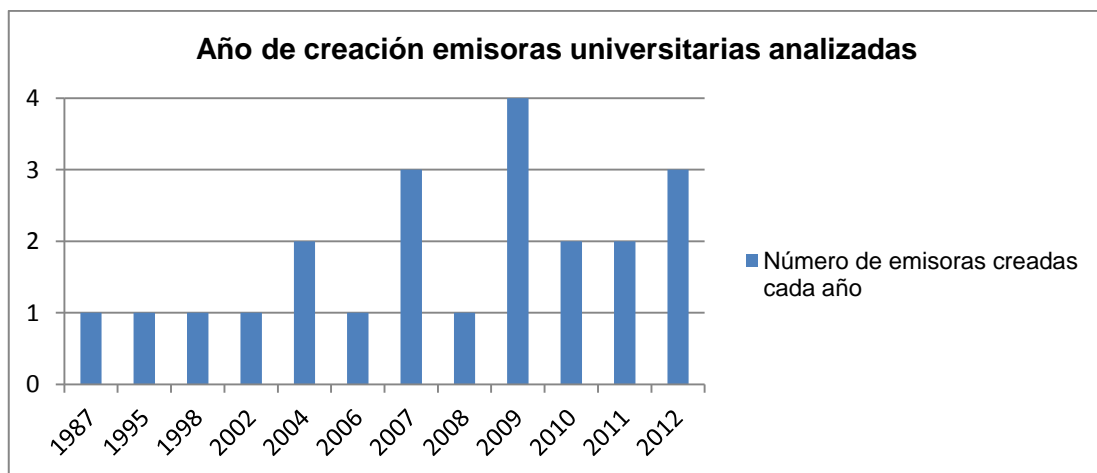


2.1.3- Año de creación de las emisoras

En cuanto al año de creación de las emisoras analizadas, se observa que la más antigua data de 1987, Radio Campus, de la Universidad de La Laguna, a la que siguieron ocho años más tarde Radio Universidad de Salamanca, tres años después la 98.3 de la Universidad de Navarra y con un espacio de cuatro años posterior UPV Ràdio de la Universitat Politècnica de

València. En 2004 se produce la creación de dos emisoras, Onda Campus, de la Universidad de Extremadura y Vox UJI Radio de la Universidad Jaume I, volviendo a mermarse el crecimiento de las mismas hasta el 2.006 con el nacimiento de Radio CEU Valencia, de la Universidad CEU Cardenal Herrera.

En 2.007 se produce un repunte, puesto que nacen tres estaciones en el mismo año, UPF Ràdio, de la Universidad Pompeu Fabra, Radio UMH, de la Universidad Miguel Hernández y UniRadio Huelva, de la Universidad de Huelva. En 2.008 solo se crea solo una emisora universitaria, RUAH Alcalá, de la Universidad de Alcalá de Henares y en 2.009 asistimos a un crecimiento exponencial de las estaciones de radio universitarias, 4 en el mismo año: UniRadio Jaen, de la Universidad de Jaén, Radio URJC, de la Universidad Rey Juan Carlos, iRadio UCAM, de la Universidad Católica de Murcia e InfoRadio UCM, de la Universidad Complutense de Madrid. Este incremento podría deberse al auge de las nuevas tecnologías que puede haber impulsado la proliferación de estaciones que emiten a través de internet. Durante los años 2.010 y 2.011 nacieron dos cada año, OnCEU Radio, de la Universidad CEU San Pablo y RadioUniversidad.es o UAL Radio, de la Universidad de Almería, y en 2.011 Radio Universitat, de la Universitat de València y RadioUnizar.es, de la Universidad de Zaragoza. Por último, en el 2.012 se crearon 3 emisoras, Radio USJ, de la Universidad de San Jorge, Europea Radio, de la Universidad Europea de Madrid y Radio UVA, de la Universidad de Valladolid.



2.1.4- Dependencia o gestión de las estaciones

Es importante conocer cuál es la dependencia orgánica de las estaciones universitarias para esta investigación. Debido a ello hemos dividido las respuestas en dos grandes grupos: Asociación o Consejo de Estudiantes, y Universidad. En la primera opción se contempla una doble respuesta, englobando de manera intencionada los dos tipos de gestión que se mantienen al margen de la universidad que alberga la emisora. La segunda opción contempla todas las formas de gestión que se pueden dar dentro de la propia universidad.

Mediante este apartado realizamos una tabla en la que se observa a qué organismos puede pertenecer una emisora universitaria, contemplando toda la casuística posible. De esta forma queda patente que una emisora universitaria puede estar adscrita a un organismo o a varios dentro de la propia estructura orgánica de la universidad. Por otro lado deducimos que una misma estación puede estar, o no, regida por la universidad que la alberga.

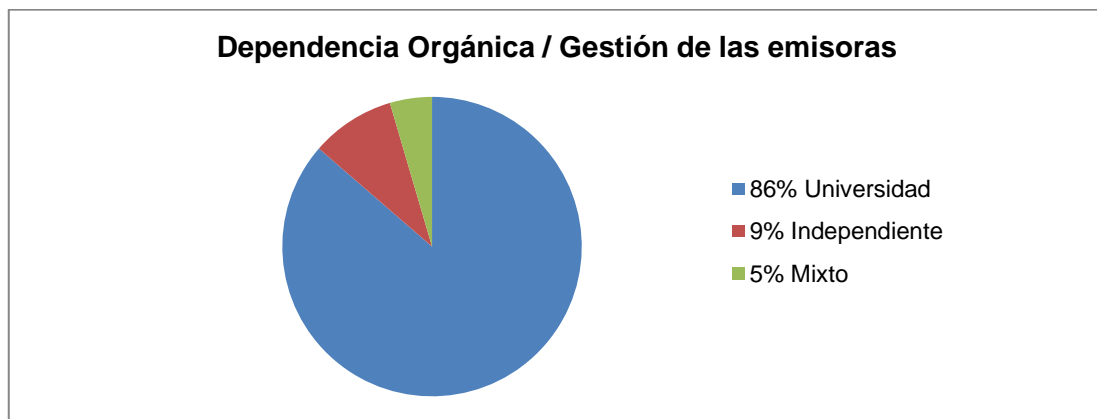
RADIO UNIVERSITARIA	UNIVERSIDAD	TIPO DE GESTIÓN
Onda Campus	Universidad de Extremadura	-Decanato de la Facultad de Ciencias de la Documentación y la Información. Formación. -Fundación Universidad-Sociedad de la UEx. Administración y financiación. -Gabinete de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura. Encargado del tinte institucional de la emisora.
Radio Campus	Universidad de La Laguna	-Colectivo de Aulas Culturales y a su vez al Vicerrectorado competente en materia de Extensión Cultural que es el Vicerrectorado de Universidad y Sociedad.
98.3	Universidad de Navarra	-Decanato Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra: presupuesto de la radio y solicitud y elección de personal y becas y preparación de docencia. -Rectorado de la Universidad de Navarra: servicios informativos, prioridades.
UniRadio Huelva	Universidad de Huelva	-Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva
Europea Radio	Universidad Europea de Madrid	-Departamento de Medios Lenguas y Sociedad Digital, de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
InfoRadio	Universidad Complutense de Madrid.	-Decanato Facultad de Ciencias de la Información Universidad Complutense de Madrid.

Radio Universidad de Salamanca	Universidad de Salamanca	-Depende del Servicio de Producción Digital e Innovación y del Vicerrectorado de Promoción y Coordinación de la Universidad de Salamanca.
Radio UMH	Universidad Miguel Hernández	-Oficina de Comunicación del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales.
UPV Ràdio	Universitat Politècnica de València	-Área de Comunicación de la UPV que a su vez depende del Jefe del gabinete del Rector.
Vox UJI Ràdio	Universitat Jaume I	-Servicio de Comunicación y publicaciones de la Universitat Jaume I dependiente de Rectorado.
RadioUniversidad.es	Universidad de Almería	-Encomienda de Gestión a la Fundación Mediterránea Universidad Empresa, que a su vez tiene una oficina de comunicación, que es la que se encarga de la gestión de la radio universitaria. -Orgánicamente al gabinete de Comunicación adscrita al Rectorado, que es a quien pertenece las instalaciones de la radio universitaria.
Radio UVA	Universidad de Valladolid	-Decanato de la Facultad de Filosofía y Letras.
RadioUniZar.es	Universidad de Zaragoza	-Gabinete de Imagen y Comunicación, dependiente de Gabinete de Rectorado.
RUAH Alcalá	Universidad de Alcalá	-Consejo de Estudiantes de la Universidad de Alcalá de Henares
Radio Universitat	Universidad de València	-Plataforma Mediauni, propia de la Universidad, que depende del Rectorado.
iRadio UCAM	Universidad Católica San Antonio de Murcia	-Decanato de la Facultad de Comunicación
Radio USJ	Universidad de San Jorge	-Pertenece a Dragón Digital (multiplataforma), que tiene un Consejo Editorial y está adscrita a la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
Radio URJC	Universidad Rey Juan Carlos	-Rectorado de la Universidad Rey Juan Carlos.
Radio UPF	Universidad Pompeu Fabra	-Depende del Rectorado y la Gestión está servida a los estudios de periodismo en la Facultad de Comunicación.
Radio CEU	Universidad CEU Cardenal Herrera	-Decanato de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación.
OnCEU Radio	Universidad CEU San Pablo	-Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación
UniRadio Jaén	Universidad de Jaén	- Asociación Cultural Radio Universitaria de Jaén. Como servicio de la Universidad depende del Vicerrectorado de Planificación, Calidad, Responsabilidad Social y Comunicación. La radio depende de una asociación independiente con respecto al equipo de gobierno, pero recibe el apoyo de tal vicerrectorado, en colaboración y retroalimentación constante.

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Para la representación gráfica de la dependencia orgánica de las emisoras universitarias, contemplaremos por un lado el número de emisoras que mediante el organismo que sea pertenecen a la universidad, y por otro las emisoras independientes de la universidad, es decir, que pertenecen a una asociación cultural o a un consejo de estudiantes.

Se da el caso de UniRadio Huelva, en la que el único vínculo existente con la Universidad de Huelva reside en que las instalaciones de la emisora se ubican en la propia universidad, que fue quien sufragó los costes de infraestructura al inicio de la andadura de la misma, siendo la Asociación Cultural Radio Universitaria de Huelva la que gestiona la emisora. En el caso de RUAH Alcalá, está gestionada por el Consejo de Estudiantes de la Universidad de Alcalá, organismo que funciona también de manera independiente para con la universidad, aunque, como en el caso de Huelva, las instalaciones se ubiquen dentro de la misma. UniRadio Jaén por su parte, también pertenece a una asociación cultural independiente del equipo de gobierno de la Universidad de Jaén, pero mantiene una colaboración constante con el mismo, por lo que no se podría considerar totalmente independiente. En este caso, la plasmamos en el gráfico como emisora de dependencia mixta entre la Asociación Cultural Radio Universitaria de Jaén y Universidad de Jaén.



En síntesis, podríamos decir que la mayoría, arrojando un 86% del total de las emisoras analizadas, dependen orgánicamente de la universidad que

las alberga, un 9% son independientes de dicha universidad y un 5% se considera mixto.

2.1.5- Mecanismos de financiación

La forma de sufragar la estación de radio universitaria constituye un pilar básico del que va a depender el futuro y supervivencia de la misma, “sin duda, un tema crucial en este tipo de organizaciones, que influye significativamente en la definición de la estrategia, es la fuente de financiación de la radio” (Asuaga, 2007).

En España, en el año 2015 continuamos intentando salir de la crisis económica y este dato es significativo a la hora de contemplar las diferentes formas de financiación de las que se nutren las emisoras universitarias. De las veintidós emisoras analizadas hemos obtenido respuestas que englobamos dentro de cuatro categorías:

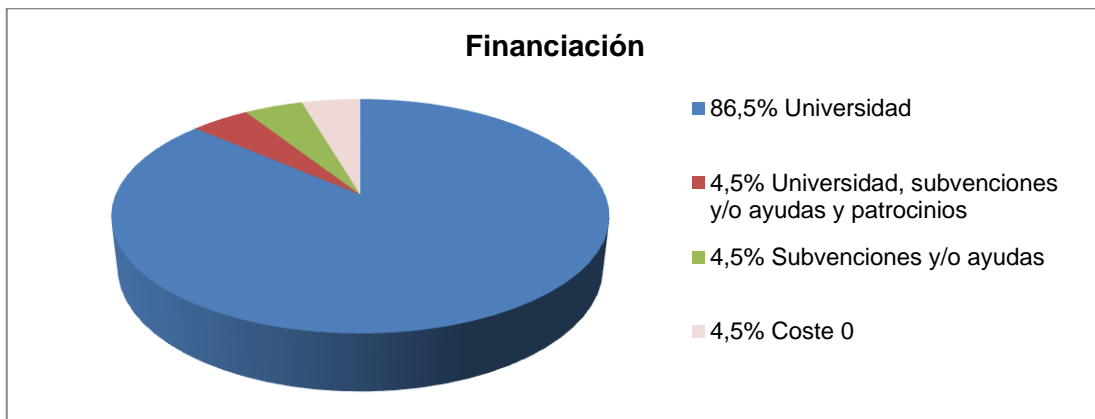
- Universidad: financiación dependiente de la propia universidad que alberga la emisora en forma de presupuestos o ayudas dependientes a áreas, departamentos, vicerrectorados o decanatos respectivamente.
- Subvenciones y/o ayudas: otorgadas por el gobierno de la comunidad autónoma a la que se pertenezca u otro organismo.
- Patrocinios: suelen ser pequeñas aportaciones de empresas a las que les interesa el perfil del oyente de la emisora.
- A coste cero: hay emisoras como es el caso de Radio UniZar.es que no reciben ningún tipo de financiación.

En las respuestas obtenidas, algunos de los entrevistados hablan de haber tenido patrocinios en el pasado. Solo en los casos, Onda Campus Radio y UPV Ràdio se plantea esta contraprestación económica en el presente. En cuanto al acceso a subvenciones y/o ayudas, sólo Onda Campus y UniRadio Huelva obtienen financiación por esas vías en la

actualidad. Es interesante la apreciación del director de Onda Campus en este sentido:

Ten en cuenta que aquí la circunstancia especial es que, no pasa como en Andalucía o en otras comunidades autónomas, aquí solo existe una universidad en todo el territorio, por ello el tema de acceder a todo este tipo de ayudas subvenciones o convenios es mucho más sencillo que por ejemplo en Andalucía en la que hay 11 universidades y todas tienen el mismo destinatario de peticiones, la Junta de Andalucía.¹²⁶

Una excepción es Radio UniZar.es que indica que funciona a coste cero, lo cual ha sido plasmado en la tabla. El resto de emisoras depende de los presupuestos de la universidad que las alberga de una forma u otra, independientemente del tipo de gobierno o gestión de la estación y del tamaño del presupuesto o ayuda que reciban por parte de la universidad. Los datos estadísticos extraídos de esta cuestión pueden observarse en la siguiente gráfica:



En este mismo sentido se planteaba la cuestión: ¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora? La pregunta se refería al tipo de publicidad clásico utilizado en radio comercial del tipo cuña publicitaria, pero ha dado lugar a respuestas que relacionan este tipo de publicidad con el patrocinio. Debemos recordar que el mecenazgo está permitido en emisoras de naturaleza cultural en

¹²⁶ Martín, D. (16 de Diciembre de 2014). Entrevista Director Onda Campus. (R. Pinto Zúñiga, Entrevistadora)

comunidades autónomas como Andalucía según el Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios. De este modo, incidiendo en la cuestión de la financiación de la estación, hemos obtenido la visión de los responsables de las emisoras acerca del tema de la autofinanciación de la estación, o de la ayuda al sufragio económico de la misma, al margen de la cuantía que aporte la universidad u organismo de gobierno.

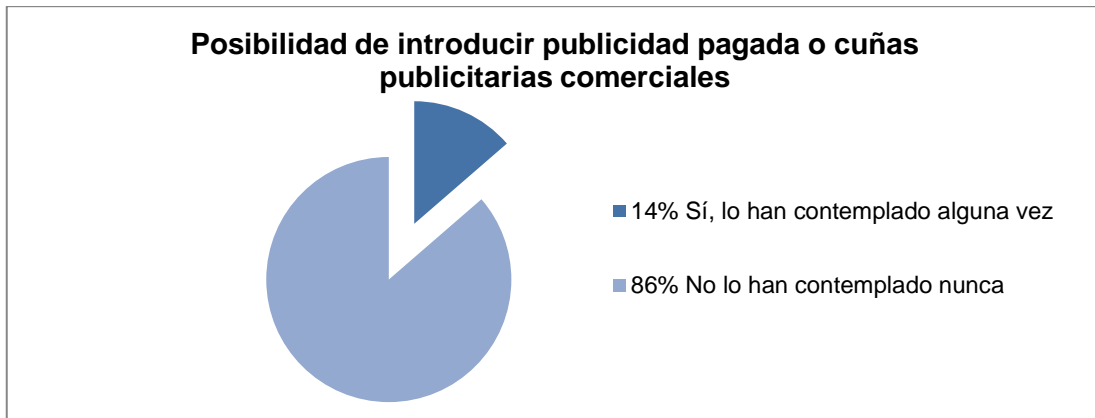
Para realizar una comparativa con etapas anteriores a la crisis económica española, contemplamos también que emisoras como Radio Campus, 98.3 o UniRadio Jaén sí que han contado con el patrocinio como tipo de financiación en algún momento de su andadura. Por otra parte, emisoras como iRadio UCAM o Radio URJC han recibido recientemente propuestas de patrocinio por parte de empresas privadas interesadas en llegar al *target* de la emisora, siendo en ambas rechazada. Los motivos por los que se declina la oferta son, en el caso de iRadio UCAM “Sabemos del carácter vinculado a la investigación de la docencia que tenemos y de la experimentación por lo que no podemos comprometernos con unos anunciantes”.¹²⁷ Por otro lado, en Radio URJC, explica su director que “No es nuestro fin en este caso ni tenemos estructura para ello, ni buscamos alimentarnos económicamente por publicidad”.¹²⁸ En el resto de las emisoras el patrocinio se contempla como un conflicto para con el estatus de estación de radio sin ánimo de lucro que por lo tanto presenta una incompatibilidad, o algo que no tiene cabida en una emisora de naturaleza formativa, que no es legal, o que está fuera de los objetivos de la emisora.

En cuanto a la respuesta a la pregunta referente a si se contempla o se ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad

¹²⁷García, I. M. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora iRadio UCAM. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹²⁸Sánchez, M. (10 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio URJC. (R. Pinto, Entrevistadora)

pagada en la emisora, hemos obtenido los siguientes resultados: el 14% de las emisoras lo han planteado o contemplado alguna vez sin éxito debido a los conflictos señalados anteriormente basados en el carácter formativo y sin ánimo de lucro, mientras que en el 86% de las estaciones analizadas lo descartan totalmente.



2.1.6- Responsabilidad social en las emisoras universitarias

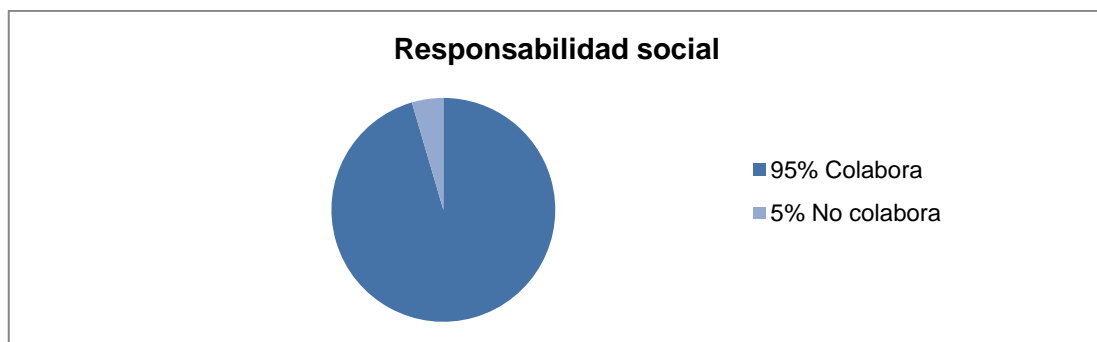
En una emisora de radio universitaria priman diferentes aspectos, considerándose algunas estaciones predominantemente formativas, otras institucionales, otras informativas, pero mediante esta cuestión pretendemos comprobar cuál es el grado de implicación de una emisora universitaria con la sociedad que la rodea. Para ello preguntamos a los directores/coordinadores de las emisoras universitarias si colaboran con ONGs o asociaciones sin ánimo de lucro. En este sentido la gran mayoría de las emisoras lo contempla como parte de sus funciones y de su cometido para con la sociedad, contabilizándose en un 95% de emisoras que sí colaboran con ONGs o asociaciones de este tipo y un 5% que no lo hace.

Las estaciones que llevan a cabo este tipo de colaboraciones lo realizan a través de organismos propios de la universidad, como es el caso de la 98.3 mediante iniciativas de Universitarios por la Ayuda Social. En Europea Radio se efectúa a través de agencias que se incluyen dentro de Europea Media como Europea Adds o Europea Trad. En InfoRadio UCM se hace a través de Solidarios, que es una asociación que opera dentro de la universidad, o en

Radio UVA mediante la Oficina de Cooperación al Desarrollo, el Observatorio de Derechos Humanos. Radio USJ lo realiza a través de la Fundación San Valero, propia de la Universidad de San Jorge y Radio UPF por medio de UPF Solidaria.

Otra forma de colaboración con el tercer sector es a través de espacios destinados a ello. Es el caso de Radio Universidad de Salamanca, se hace en forma de programas que colaboran con distintas asociaciones, así como en UPV Ràdio, Vox UJI Radio, RadioUniZar.es, iRadio UCAM o RUAH Alcalá. En Radio Universitat se trata como tema transversal en programas e informativos y Radio URJC lo hace a través de jornadas que luego se emiten.

Una tercera forma de colaboración es mediante cuñas promocionales. Es el caso de Radio UMH en la que se usan cuñas de dicha naturaleza para ayudar a las ONGs con las que firman convenios, haciéndose del mismo modo en Radiouniversidad.es, también llamada UAL Radio. En UniRadio Huelva esta colaboración “Es la columna vertebral de la emisora, la idea era crear un medio en el que la sociedad tuviera la oportunidad de tener voz, devolver a la sociedad lo que la sociedad aporta, así como para la sociedad universitaria”.¹²⁹ En Radio CEU, “es un contenido que tiene mucha presencia en nuestra radio, les dedicamos reportajes, entrevistas, todo lo que podemos”¹³⁰ donde al igual que en UniRadio Jaén forma parte del día a día de la estación universitaria.



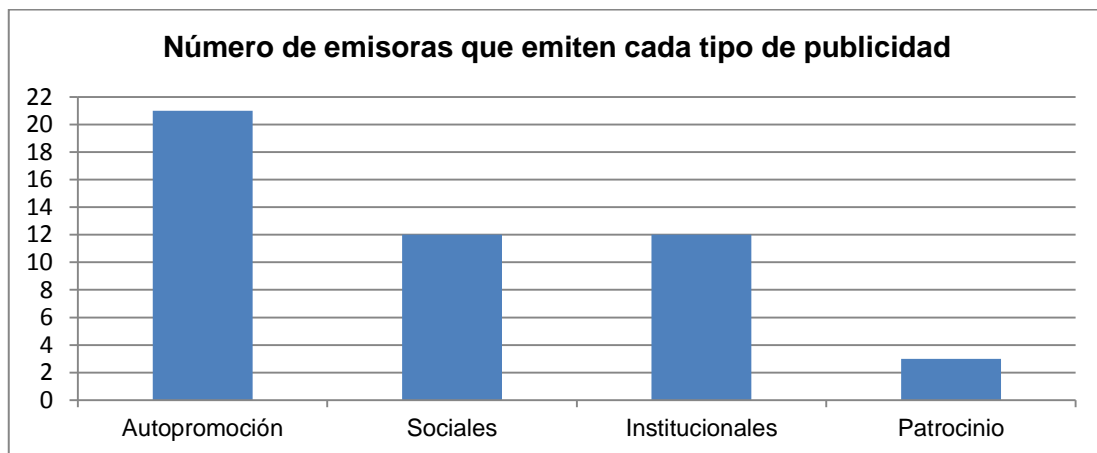
¹²⁹ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹³⁰ Álvarez, A. (17 de Febrero de 2015). Entrevista Codirectora Radio CEU. (R. Pinto, Entrevistadora)

2.1.7- Tipo de cuñas publicitarias

Mediante esta cuestión hemos extraído cuál es el tipo de publicidad que se emite de forma predominante en las emisoras de radio universitaria, teniendo en cuenta que la contestación a la pregunta podía ser multirespuesta. Hemos tomado para ello como referencia la clasificación realizada por Martín (2013: 274) para el mismo fin. Los resultados arrojan que la forma de publicidad utilizada de manera generalizada en las estaciones analizadas, es sin duda, la autopromoción, contabilizándose en un 95% de las emisoras, siendo solo una la que no emite este tipo de reclamo: Radiouniversidad.es.

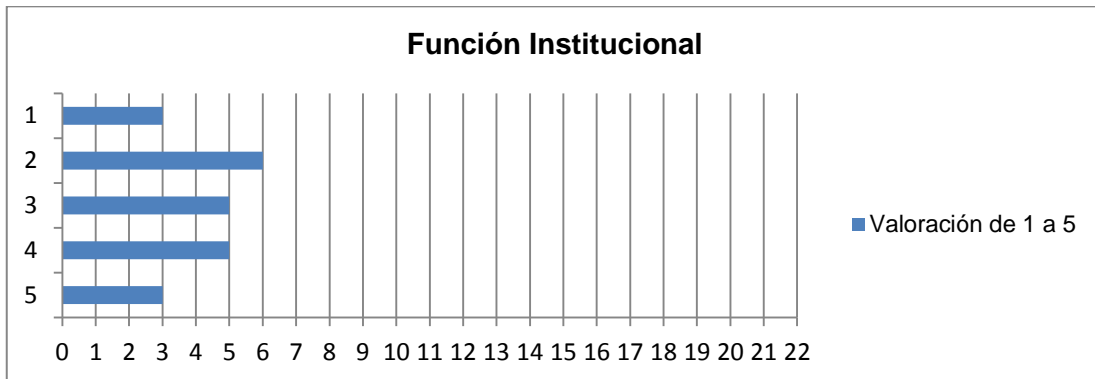
La publicidad social y la publicidad institucional arrojan cada una los mismos valores, un 54% en ambos casos, siendo el tipo que menos se utiliza el patrocinio contando con un 14%.



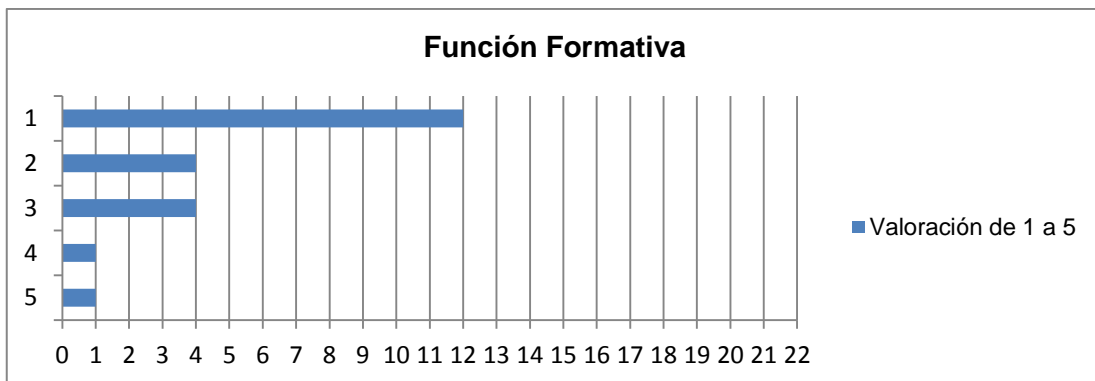
2.1.8- Función predominante de la emisora de radio universitaria

En este apartado de la entrevista analizamos cuál es la función predominante de la estación, es decir, cuál es su misión principal y cuáles las secundarias. Ofrecemos cinco opciones o funciones: institucional, formativa, informativa, entretenimiento y social. Se pedía a los entrevistados ordenar dichas funciones por orden de importancia en la emisora de 1 a 5, otorgando el 1 a la más importante o predominante en la estación, y el 5 la menos importante. En los siguientes gráficos se observa en el eje vertical la escala de

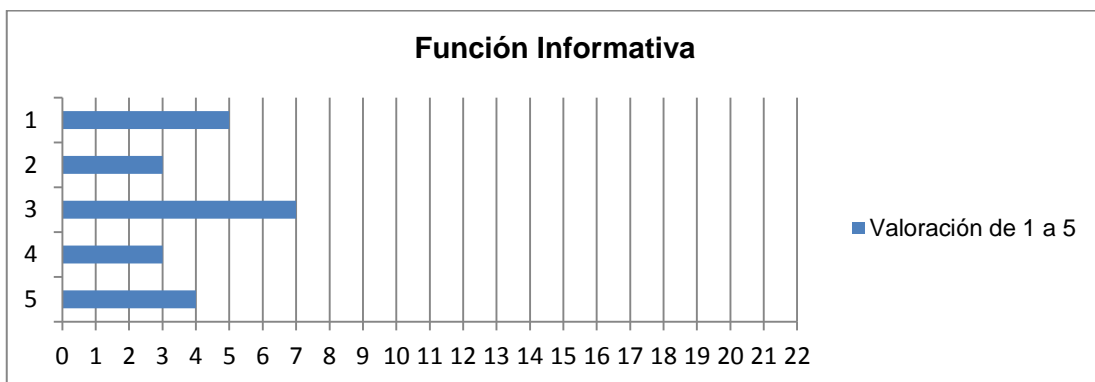
valoración de 1 a 5 y en el eje horizontal el número de emisoras y por lo tanto respuestas obtenidas.



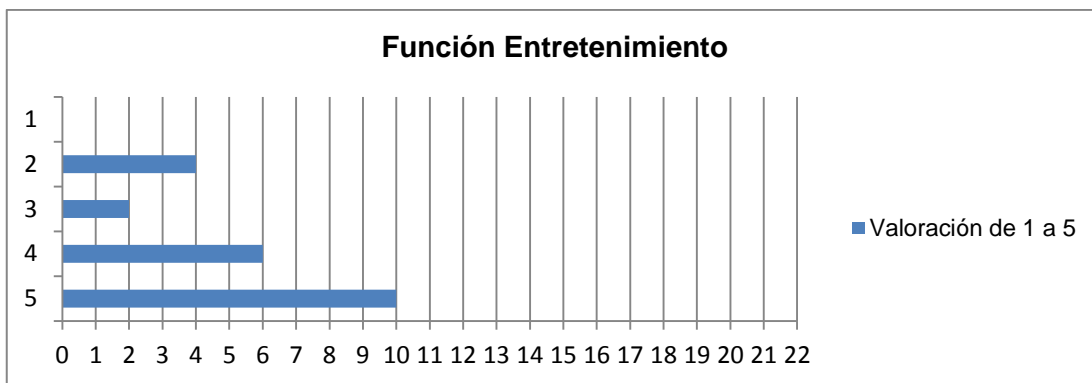
Como podemos observar en el gráfico, en el 14% de las emisoras la función predominante es la Institucional, mientras que en el 32% de los casos otorgaron el segundo puesto a esta función.



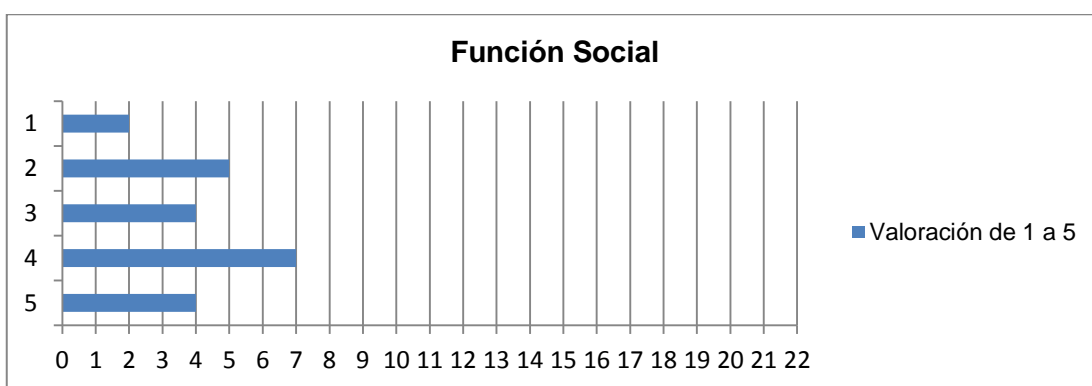
La función formativa, se coloca en el primer lugar en el 54% de las estaciones analizadas como predominante, constituyendo la función más importante en la mayoría de las estaciones.



La función informativa se ubica en el puesto número 1 en el 23% emisoras, mientras que el 32% la sitúan en el número 3.



Esta función no es la predominante en ninguna de las estaciones analizadas, ubicándola en el 45% de los casos en el puesto 5.



Por último, la función social solo se sitúa en el primer lugar en el 9% de las emisoras, siendo el cuarto puesto seleccionado para esta función en el 32% de las estaciones de radio universitarias.

De estos gráficos podemos extraer una doble interpretación, por un lado, teniendo en cuenta el número de emisoras que marca en primera posición cada función sumando un total de veintidós respuestas, una por entrevista, y por otro, teniendo en cuenta el número de emisoras que ubica cada función en una posición determinada por mayoría. De la primera lectura extraemos que la función más importante para el conjunto de las emisoras es la formativa, ubicándose en el 54% de ellas como predominante. En segundo lugar, son 23% las estaciones en las que se sitúa la función informativa como la más importante, en tercer lugar, en el 14% de las emisoras la función predominante sería la institucional, en el 9% la función social y la función de

entretenimiento, que no ha obtenido valoración en primer lugar en ninguna de las estaciones, se ubicaría en el último puesto del *ranking*.

Por otro lado, podemos observar en las gráficas el lugar en el que ubican los entrevistados las diferentes funciones teniendo en cuenta el puesto considerado por la mayoría mediante la puntuación otorgada. De esta forma podríamos decir que la función formativa sigue siendo la más importante en la mayoría de las emisoras universitarias seguida de la función institucional, puesto que en el 27% de las emisoras se sitúa en el puesto número 2. Además, la función informativa recibiría el puesto número 3, por el 32% de los entrevistados, el 4 puesto sería para la función social, puesto que en el 32% de las emisoras se le otorga esta puntuación. La mayoría coincide en situar la función de entretenimiento en quinto lugar, ya que en el 45% de las emisoras se considera la función menos importante.

2.2- Organización de las emisoras

Mediante las preguntas incluidas en este apartado nuestro objetivo ha sido recoger la máxima información posible sobre tres aspectos importantes en una emisora de radio: áreas de trabajo y puestos que las componen, personas que trabajan y/o que colaboran voluntariamente en la emisora y por último plan de trabajo y organización de la estación.

2.2.1- Áreas de trabajo, puestos y personas que las componen

Comenzamos por esta pregunta en la que obtenemos un organigrama en el que observamos la jerarquía que se sigue en la estación universitaria analizada. En este sentido hay que señalar que hay tantos modelos de organización como emisoras universitarias hemos investigado. Ha sido una ardua tarea sintetizar las áreas de trabajo y puestos que la componen, ya que cada radio universitaria tiene su propia forma de organizarse y en muchos casos no existe una jerarquía marcada.

EMISORA UNIVERSITARIA	ORGANIGRAMA
Onda Campus. Universidad de Extremadura	<ul style="list-style-type: none"> • Director: Es PCI, Personal Científico Investigador contratado. <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área de redacción, locución y coordinación de proyectos: 1 persona contratada por la radio. • Área de coordinación de la radio: 1 persona con beca. • Área técnica: 1 persona con beca.
Radio Campus. Universidad de La Laguna.	<ul style="list-style-type: none"> • Director: como Aula Cultural tiene un director que debe ser miembro de la comunidad académica, es decir, profesor, alumno o PAS. <p>Áreas y puestos (ahora en periodo de transición):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apartado Técnico. • Gestión de contenidos. • Gestión de Redes Sociales y página web. • Programas autónomos semanales.
98.3. Universidad de Navarra	<ul style="list-style-type: none"> • Director: 1 PDI. <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área docente: 1 subdirectora o jefa de área PAS Técnico. También hace docencia. • Área Programación: subdirectora o responsable de área. Personal de Apoyo a la Docencia. PAD. • Área Técnica: 1 coordinador. <p>2 Redactores con Becas PIE con tareas técnicas, programación y docencia auxiliar.</p> <p>Distribución de la Docencia en la Universidad de Navarra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clases teóricas: profesores titulares de las asignaturas y coordinación de las asignaturas de radio. • Clases Prácticas: 1/3 para titulares; 1/3 para asociados y 1/3 para personal de la emisora.
UniRadio Huelva. Universidad de Huelva.	<p>Ahora en periodo de transición. Formato habitual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección y coordinación general: 1 persona. Turno de mañana. <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable de programación: 1 persona. Turno de tarde. • Parte técnica: 2 personas. 1 Coordinador y una persona de apoyo. División en turno de mañana y de tarde.
Europea Radio. Universidad Europea de Madrid.	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección: 1 Docente. <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactora jefe: 1 docente. • Técnico: 1 persona, supervisión técnica. • Gestión, programación y emisión <p>Hay que distinguir tres dimensiones:</p>

	<p>-La formativa y docente: para refuerzo de competencias profesionales y creación de hábitos de rutina de trabajo. Todas las prácticas de las asignaturas de radio están relacionadas con europea radio, y deben pensarse para emisión.</p> <p>-La Voluntaria: los alumnos que vienen voluntariamente a hacer sus programas.</p> <p>-Emisora abierta a la universidad y al profesorado: divulgación científica.</p>
InfoRadio UCM. Universidad Complutense de Madrid.	<p>Coordinador: 1 Docente.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidad Técnica de Mantenimiento y sistemas: 2 técnicos. • Administración: 2 administrativos. Éstos dos servicios son suministrados por la universidad. • Coordinación de la producción: 5 coordinadores con beca.
Radio Universidad de Salamanca. Universidad de Salamanca.	<p>Coordinadora: 1 PAS.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción, locución y técnica: 4 personas de Comunicación Audiovisual con beca. • Área de colaboradores.
Radio UMH. Universidad Miguel Hernández.	<p>Superiores: Vicerrectora de Relaciones Institucionales y Director de la Oficina de Comunicación.</p> <p>Coordinadora: 1 PAS coordinación y programación.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnico: normalmente es PAS, pero ahora se está cubriendo con un becario. • Redactores: 5 alumnos de periodismo con beca. • Telecomunicaciones: 2 alumnos de telecomunicaciones con beca. • Informativos: alumno con beca encargado de informativos. • Docente con Proyecto de Innovación Educativa: supervisa todos los programas realizados por los estudiantes. • Voluntariado: sus programas se graban y se cuelgan en formato <i>Podcast</i>, solo se emiten por FM los que tienen calidad suficiente.
UPV Rádio. Universidad Politècnica de València.	<p>Directora de programas RTV: 1 persona.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizadora de radio: 1 persona. Realización de programas, coordinación de estudios y contenidos web. • Técnico de telecomunicaciones: 1 persona. • Colaboradores: internos de la UPV y externos. • Plantilla del área de comunicación: 3 periodistas con cierta interrelación con la radio, pero no exclusivos de la radio.

<p>Vox UJI Ràdio. Universitat Jaume I.</p>	<p>Vox UJI Radio forma parte del Servicio de Comunicación y Publicaciones y está dentro del área de Relaciones Informativas formada por 3 periodistas no en exclusiva para la radio.</p> <p>Coordinadora de contenidos: 1 periodista no exclusiva para la radio.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periodistas: 3 personas no en exclusiva para la radio. • Técnicos: 2 personas, exclusivos de la radio. • Colaboradores: alumnos, PDI, PAS, alumnos de la universidad para mayores y colaboradores externos.
<p>RadioUniversidad.es Universidad de Almería.</p>	<p>Coordinadora: 1 persona contratada por la Fundación Mediterránea Universidad Empresa, no en exclusiva para la radio. Lleva además suplementos, planes de comunicación, etc.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Becarios: alumnos de humanidades con prácticas curriculares. • Técnico: colaborador externo que realiza los programas a los estudiantes por la tarde. • Colaboradores: alumnos y PAS.
<p>Radio UVA. Universidad de Valladolid.</p>	<p>Coordinadora: Docente Titular. Imparte asignatura de radio.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección y organización: 3 docentes y 2 alumnos voluntarios que forman parte de un Proyecto de Innovación Docente. • Alumnos de las asignaturas de radio. • Alumnos de prácticas externas: 3 estudiantes.
<p>Radio Unizar.es. Universidad de Zaragoza.</p>	<p>Directora: 1 persona. Coordinación y organización de la emisora.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de programación y <i>podcast</i>: 2 docentes asociadas. • Alumnos: <ul style="list-style-type: none"> -Alumnos coordinadores: 2 boletín informativo y distribución de contenidos a los redactores jefe. -Redactores jefe: 12, uno por programa -Redactores: 40 repartidos por los 12 programas.
<p>RUAH Alcalá. Universidad de Alcalá.</p>	<p>Director: 1 persona. Exestudiante.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupo de producción: 1 persona responsable y 1 persona de apoyo. Único grupo que funciona en la actualidad. • Grupo de formación: 1 persona. Se encarga de los cursos. • Voluntarios.

<p>Radio Universitat. Universitat de València.</p>	<p>Coordinadora: 1 persona.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactores y técnicos: 2 periodistas y técnicos autónomos. Ayudan en la elaboración de programas. No están en vacaciones. • Estudiantes: <ul style="list-style-type: none"> -Estudiantes de prácticas curriculares obligatorias. -Estudiantes de prácticas curriculares voluntarias. -Colaboradores: alumnos o antiguos alumnos voluntarios.
<p>iRadio UCAM. Universidad Católica de Murcia.</p>	<p>Superiores: Decano de Comunicación y Vicedecana de Comunicación Audiovisual.</p> <p>Coordinadoras: María del Carmen Robles e Isabel María García. Docentes Área de Comunicación Audiovisual.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alumnos responsables de la emisora: <ul style="list-style-type: none"> -Jefe técnico: 1 alumno. -Jefe de producción: 1 alumno -Coordinadoras de Redes Sociales -Responsable para exteriores: 1 alumno. • Organigrama de cada programa: <ul style="list-style-type: none"> -1 director -1 productor -1 responsable técnico. -redactores
<p>Radio USJ. Universidad de San Jorge.</p>	<p>Director: 1 Docente. Coordinación y dirección.</p> <p>Áreas y puestos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo de Informativos: 1 alumno con beca. Encargado de equipo de alumnos voluntarios de informativos, formado por 4 - 5 personas. • Equipo de programas: 1 alumno con beca. Encargado de equipo de alumnos voluntarios de programas. Formado por 4 - 5 personas. • Técnico: 1 persona contratada para hacer soporte técnico de equipos de baja frecuencia. • Voluntarios programas a parte: hacen los programas en los estudios destinados a las clases, el director los supervisa y emite si son aptos para ello.
<p>Radio URJC. Universidad Rey Juan Carlos.</p>	<p>Director: 1 Docente.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estamento de coordinación del campus de Vicalvaro: 1 alumno coordinador. Se encarga de la supervisión de contenidos y de las propuestas de programas. Programas de alumnos voluntarios que se realizan en las instalaciones disponibles en cada campus. • Estamento de coordinación del campus de

	<p>Fuenlabrada: 1 alumno coordinador. Se encarga de las propuestas de programas y de la supervisión de contenidos. Programas de alumnos voluntarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A parte, en Fuenlabrada (Central): <ul style="list-style-type: none"> -Coordinación de programas -Coordinación de Informativos -Coordinación Técnica. -Departamento de prácticas externas: alumnos de prácticum en concepto de prácticas externas. Ayudan en la parte técnica, logística y de gestión creativa.
Radio UPF. Universidad Pompeu Fabra.	<p>Director: Docente.</p> <p>Áreas y puestos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo editorial formado por el director, la jefa de redacción y el responsable de cada programa. • Jefa de antena o de redacción: 1 persona contratada. • Técnico: 1 persona contratada. • Estudiantes de periodismo que están realizando el trabajo fin de grado.(Pueden optar a hacerlo en la radio colaborando en la misma) • Voluntarios: hacen un programa, cada programa tiene un responsable.
Radio CEU. Universidad CEU Cardenal Herrera.	<p>Coordinadoras: Angels Álvarez y Kety Betés.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción y locución: 2 alumnos con beca • Técnica y Redes Sociales: 2 alumnos con beca. Estos 4 becarios se dividen en turnos de mañana y de tarde. • Colaboradores: voluntarios que hacen programas.
OnCEU Radio. Universidad CEU San Pablo.	<p>Director: 1 persona, Docente.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Editoras/ Jefas de Sección: Laura Rubio y Mercedes Martínez con contrato de prácticas. • Profesora colaboradora: Cristina Rodríguez directora de programa propio. • Alumna con Trabajo Fin de Grado: directora de programa propio. • 8 directores de programas: algunos con contrato de prácticas, y otros con becas de colaboración. • Colaboradores de los programas: voluntarios.
UniRadio Jaén. Universidad de Jaén.	<p>Director: 1 persona. Docente.</p> <p>Áreas y puestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subdirector: 1 persona técnico. Contratado. • Técnico: contratado. • Colaboradores: Voluntarios.

Fuente: Elaboración propia según datos facilitados por los entrevistados, consultados en las webs de las emisoras y recogidos en bibliografía específica.

Como podemos observar en la tabla, exactamente ninguna de las estaciones posee una organización idéntica. Para analizar los modelos organizacionales, podemos afirmar que la persona que se encarga de la coordinación de contenidos es la persona responsable de la estación, aunque en algunas emisoras existe un área o departamento que acomete esta función, otorgando esta labor al coordinador de contenidos (en algunos casos docente), subdirector, responsable de programación o jefe de redacción.

En el caso de las emisoras que no emiten solo en formato *podcast*, también existe la figura del técnico bien sea de alta, de baja frecuencia o encargado de ambas cuestiones. Esta figura puede ser contratada, becada, propia de la universidad que presta servicio a la radio entre otros cometidos o un voluntario/a. Por otro lado, el 14% de las emisoras analizadas tienen expresamente contemplado un área o departamento de informativos, es el caso de Radio UMH, Radio USJ y Radio URJC. Por otra parte, dada la importancia que poseen hoy en día las redes sociales, hay estaciones que incluyen en su organigrama un estamento especial para la gestión de este fenómeno comunicativo, siendo las emisoras que lo contemplan Radio Campus e iRadio UCAM, y asignándose en el resto de estaciones estas tareas a los redactores de los programas.

Como modelo de emisora formativa destacaremos el de la 98.3, de la Universidad de Navarra, cuyas asignaturas de radio están unidas a la emisora, y el de Europea Radio, de la Universidad Europea de Madrid, cuyos planes de estudios también se encuentran vinculados a la misma mediante las prácticas de las asignaturas de radio. En el caso de la Universidad de Navarra, observamos un área docente, un área de programación y un área técnica, cada una con sus correspondientes profesionales contratados. Por otro lado, en esta emisora trabajan dos redactores con “becas PIE” con tareas técnicas, programación y docencia auxiliar. La distribución de la docencia en la Universidad de Navarra se realiza de la siguiente forma: las clases teóricas

las imparten los profesores titulares de las asignaturas de radio, que son quienes además ejercen la coordinación de las mismas. Las clases prácticas se imparten en torno a proporciones, 1/3 para profesores titulares, 1/3 para profesores asociados y 1/3 para personal de la emisora.

En el caso de Europea Radio, los puestos fijos de la emisora están formados por una redactora jefe que también es docente, un técnico y un apartado de gestión, programación y emisión. Se distinguen tres dimensiones en esta emisora: la formativa y docente, la voluntaria y la apertura a la universidad y al profesorado para propiciar la divulgación científica. En la dimensión formativa se contempla el refuerzo de competencias profesionales y creación de hábitos de rutina de trabajo y todas las prácticas de las asignaturas de radio están relacionadas con europea radio, y deben pensarse para emisión. En la dimensión voluntaria, los alumnos acuden por propia iniciativa a realizar sus programas en radio.

Otro modelo interesante es el de Radio UMH, que se nutre con becarios que cubren los puestos de redactores, encargado de informativos, y telecomunicaciones y además coordina mediante un Proyecto de Innovación Docente toda la supervisión de los programas de los alumnos voluntarios, quedando de esta forma una estructura de emisora formativa muy interesante.

Radio UniZar.es también presenta un modelo atractivo, pues cuenta con una plantilla fija de dos coordinadores para boletín informativo que a su vez distribuyen los contenidos entre los doce redactores jefe, uno por programa, además de los cuarenta redactores que se reparten entre dichos espacios por temporada.

Por su parte, iRadio UCAM presenta una estructura muy bien definida, de forma que existen cuatro alumnos responsables de la emisora: un jefe técnico, un jefe de producción, coordinadoras de redes sociales y un

responsable de exteriores. Además, cada programa cuenta con un director, un productor, un responsable técnico y los redactores.

Radio USJ contempla para su funcionamiento dos áreas bien definidas: por un lado un equipo de informativos con un becario que coordina a las 4-5 personas que lo componen, y uno de programas con la misma proporción. Los programas del resto de alumnos voluntarios se gestionan separadamente y cuentan con la supervisión del director.

Radio URJC debe funcionar con estudios de radio en los dos campus, situados en Vicalvaro y Fuenlabrada, por lo que cuenta para ello con un alumno coordinador por cada campus que se encarga de la supervisión de los programas de los voluntarios. Por otro lado, en la central, situada en Fuenlabrada, también cuentan con un equipo de coordinación de programas, uno de informativos, uno técnico y un departamento de prácticas externas.

En InfoRadio UCM el organigrama principal está compuesto por su coordinador y cinco becarios que realizan la coordinación de la producción de los programas que realizan los voluntarios, quedando el apartado técnico y administrativo de la mano del personal de la facultad.

El modelo de organización de OnCEU Radio también es interesante, puesto que contempla dos editoras o jefas de sección con contrato de prácticas, ocho directores de programa con beca o contrato de prácticas, una profesora colaboradora y una alumna que realiza su trabajo fin de grado, ambas también dirigen sus programas. El resto de personas que colaboran son voluntarias.

En Onda Campus se observan tres áreas bien separadas que son por un lado la de redacción, locución y coordinación de proyectos; por otro la de coordinación de la emisora; y por último el área técnica.

En el resto de estaciones, la organización es similar pero, tal y como hemos indicado anteriormente, no exactamente igual, de forma que en esencia se contempla un apartado técnico y un apartado de programación desde el que se coordina el trabajo de los voluntarios en la emisora.

Es interesante reflejar en este punto la opinión del director de la emisora de radio universitaria más antigua de España, en el cargo desde 1.996, Luis Javier Capote, que indica de esta forma cuál sería la distribución ideal de Radio Campus desde su punto de vista:

Cómo lo querríamos plantear en un futuro: nos gustaría que la radio de la Universidad de La Laguna se incorporara al Gabinete de Comunicación de la Universidad que debería englobar todos los medios: prensa, radio, tv y la pequeña productora de contenidos. Ahora mismo cada una funciona de manera autónoma. Debería haber una persona que llevara la gestión y como mínimo dos o tres personas con contrato. Una plantilla mínima. Se podría plantear una determinada estructura que permitiera acoger a estudiantes de determinadas carreras afines a la sección de Ciencias de la Información, para que pudieran realizar sus créditos ECTS en la radio, eso sí, con retribución. Mantendría una parte de programación voluntaria. El carácter voluntarista provoca picos de actividad así como picos de inactividad. Tendría que haber dos técnicos, uno que haga franja de mañana y uno para franja de tarde y un redactor que además llevara redes sociales y exteriores. Hay que tener en cuenta que el Gabinete de Comunicación nos suministra las noticias, lo que nosotros hacemos es darle difusión a través de la radio.¹³¹

La tendencia que se observa en general es que se obtiene una mejor organización y control de la estación universitaria en los casos en los que hay personas dedicadas a la dirección o coordinación de la misma en exclusiva, siendo su único cometido éste dentro de la universidad, o siendo ésta la actividad más importante de las que llevan a cabo en su puesto de trabajo.

¹³¹ Capote, L. J. (8 de Enero de 2015). Entrevista Director Radio Campus. (R. Pinto, Entrevistadora)

2.2.2- Categoría laboral del personal que trabaja en la emisora

Para responder a esta cuestión, se les facilitaron a los entrevistados las ocho categorías o grupos en las que hemos dividido los vínculos que pueden existir entre la radio universitaria y la universidad. Lo que se consigue es obtener una visión más clara del número de personas que trabajan en la emisora recibiendo remuneración por ese trabajo, dejando para la pregunta posterior la clasificación de personas que colaboran en la estación de manera voluntaria, además de llevar a cabo su trabajo en la universidad.

Las categorías laborales que se han contemplado para nuestro análisis han sido las siguientes:

- PD: personal docente que trabaja en la emisora como parte de sus funciones laborales. En las universidades españolas se utilizan diferentes nomenclaturas para este mismo cuerpo. En esta categoría incluimos todos los rangos posibles, como por ejemplo, Personal Científico Investigador, Personal Docente Investigador, Profesor Asociado, Profesor Titular, Contratado Doctor, etc. También incluiremos en este apartado a aquellos docentes que reciben sustitución de créditos de docencia a cambio del desempeño de alguna función en la emisora, en otras palabras, alguna “reducción” en su horario lectivo por esta labor.
- PAS: Personal de Administración y Servicios. En esta categoría incluimos personal administrativo, técnicos, coordinadores o directores que pertenezcan a este cuerpo y estén dedicados a la emisora.
- Contratado no PD ni PAS: se introduce esta categoría para observar el número de personas que trabajan en la radio con contrato externo sin pertenecer a los colectivos mencionados anteriormente.
- Contratado de prácticas: se ubican en este apartado las personas que disfrutaran de un contrato de prácticas, no siendo lo mismo que una beca. Se debe contemplar esta opción debido a las diferentes nomenclaturas que se utilizan en las universidades españolas para

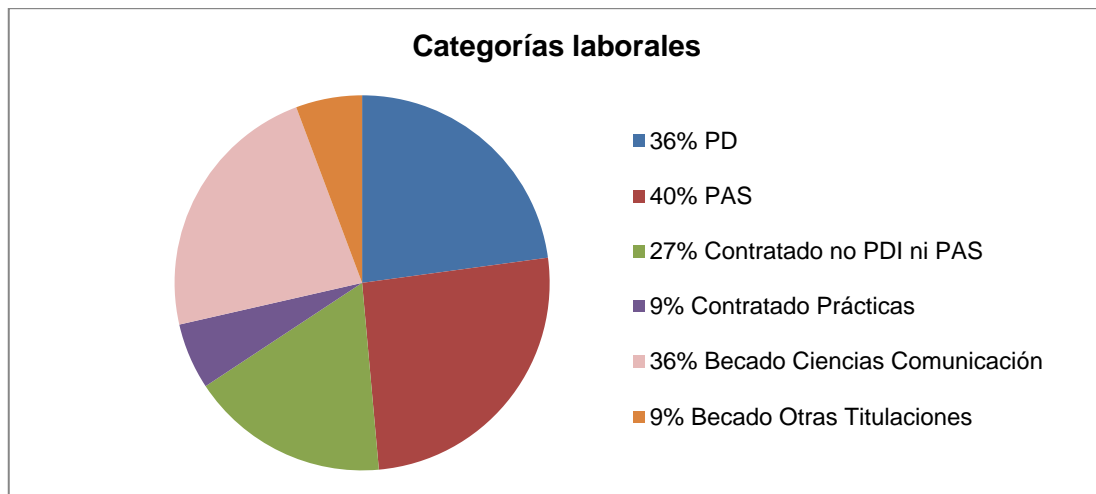
referirse a un estudiante al que se le paga por realizar una labor que le beneficia para su formación.

- Becado Ciencias de la Comunicación: aquí tendrían cabida los alumnos que reciban una beca (con remuneración) por su trabajo en la emisora, se diferencia del anterior, entre otros aspectos, en que suelen tener un tutor asignado.
- Becado alumnos de otras titulaciones: se trata de la misma categoría que la anterior, pero en ella incorporamos a los alumnos de otras titulaciones que no sean de Comunicación Audiovisual o Periodismo.
- Colaboradores externos pagados: esta figura englobaría a las personas que eventualmente colaboran en la estación para determinados cometidos sin llegar a estar contratados por la emisora.
- Otros: dejamos abierta esta opción para poder contemplar otra tipología de trabajo remunerado en la estación que no se haya contemplado en los ítems anteriores.

Tanto en este apartado como en el siguiente tenemos contemplada la figura del “Personal Docente”. La diferente ubicación responde a si el profesor debe vincular las prácticas de las asignaturas a la radio o no, según se haya acordado y contemplado en el plan de estudios. Si es éste el caso, se encuentra en la primera tabla. Por otro lado, si la emisora es fruto de un Proyecto de Innovación Educativa, si los profesores que forman parte del mismo lo hacen de manera voluntaria, sin la obligación por consenso del departamento correspondiente a ello, la ubicación correcta es en la tabla del voluntariado.

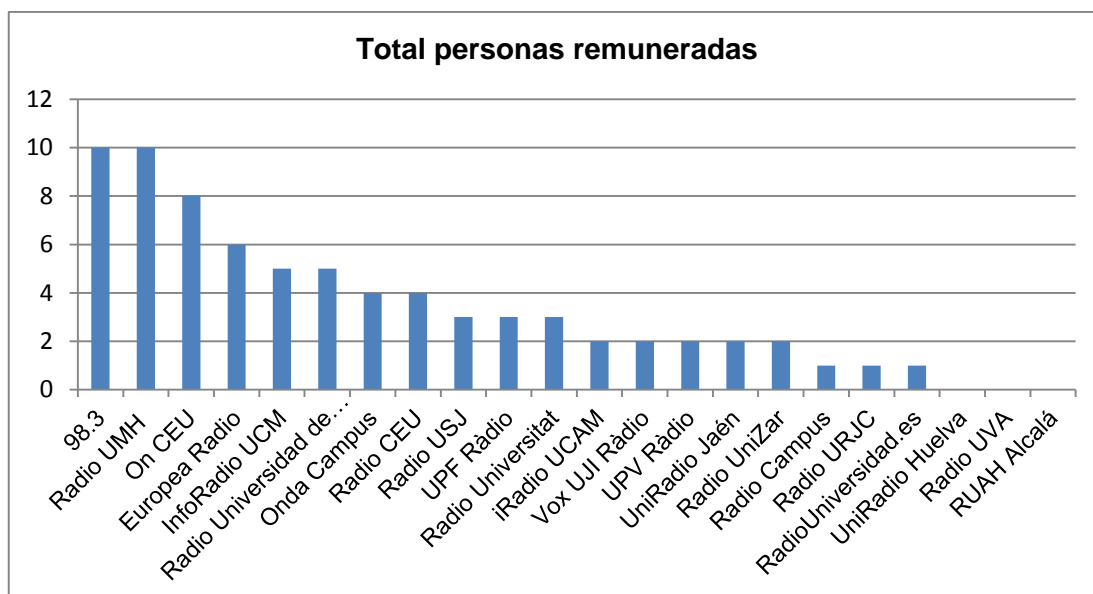
En el análisis de los resultados, observamos claramente cómo las opciones de “Colaboradores externos” y “Otros” quedan desiertas. El Personal Docente (PD) cumpliendo los requisitos anteriormente comentados se encuentra en el 36% del total de emisoras analizadas, el Personal de Administración y Servicios (PAS) en el 40% de las emisoras. La figura de “Contratado no PD ni PAS” se encuentra en el 27% de los casos analizados,

mientras que la de “Contratado en Prácticas”, presenta el menor de los porcentajes con un 9%. Finalmente, el “Becario de Ciencias de la Comunicación” constituye una de las figuras más utilizadas, suponiendo un 36% del total, y la de “Becario de otras titulaciones” es la que menos se utiliza, tan solo en el 9% de las estaciones.



De esta forma, podemos afirmar que la figura más utilizada es la del PAS, suponiendo, según el caso, un cargo directivo, coordinador o técnico en exclusiva de la emisora, seguida de la figura de Personal Docente, que suele formar parte de la dirección/coordinación de la estación y la del “Becario de Ciencias de la Comunicación”, que lleva a cabo tareas de responsabilidad y de coordinación de áreas o programas.

En el siguiente gráfico observamos el número total de personas que reciben alguna compensación económica por su trabajo en la estación universitaria.



De las emisoras analizadas, en cuanto al número total de personas que reciben remuneración económica por su trabajo en la misma, encabezan la lista la 98.3 y Radio UMH, con 10 personas cada una. Por otro lado, OnCEU sería la única que cuenta con 8 personas remuneradas, seguida de Europea Radio con 6. Entorno a las 5 personas que cobran por su trabajo figuran en Radio Universidad de Salamanca e InfoRadio UCM, y con 4, Radio Campus y Radio CEU.

El 14% de las estaciones analizadas asignan dinero por el trabajo que realizan en las mismas a 3 personas, un 23% del total lo constituyen las emisoras que tienen en esta situación a 2 personas, y en otro 14% de las radios universitarias se contempla solo una persona que recibe dinero por su trabajo. Suman un 14% del total las emisoras que se mantienen a través voluntarios y nadie recibe dinero por la labor realizada.

En el caso de UniRadio Huelva y de RUAH Alcalá, observamos que no hay ninguna persona trabajando en la radio en la actualidad con remuneración. Según los responsables de las mismas, se trata de una situación coyuntural pasajera, que probablemente se solucione con el fin de la crisis económica por la que atraviesa el país. En el caso de Radio UVA la razón es que se trata de un Proyecto de Innovación Educativa, que no está

compensado de manera económica, (sí lo está en el caso de Radio UMH) ni en forma de sustitución de créditos de docencia (sí en el caso de iRadio UCAM). Por estos motivos los datos que arroja Radio UVA se contemplan en la siguiente tabla.

2.2.3- Voluntarios sin remuneración

Establecemos un bloque similar al anterior para reflejar el número de colaboradores que habitualmente realiza labores en la emisora y que no recibe remuneración por ello. Las categorías son las siguientes:

- PD: En este apartado incluiríamos a los docentes que colaboran en la emisora de manera voluntaria, suponiendo ello un trabajo extra para ellos, sin recibir a cambio ninguna retribución ni sustitución de créditos de docencia.
- PAS: englobaríamos en esta categoría al personal de administración y servicios que acude a la emisora de manera voluntaria, bien para ejercer alguna labor o ayuda, o a realizar alguna colaboración en forma de programa o espacio.
- Alumnos Ciencias Comunicación: nos referimos a alumnos procedentes de las titulaciones de Comunicación Audiovisual y/o Periodismo que colaboran en la estación sin recibir remuneración a cambio. En esta categoría se incluirían los *practicum* o alumnos de la asignatura titulada “Prácticas Externas”, puesto que no reciben remuneración por su labor en la emisora.
- Alumnos otras titulaciones: aquí incluiríamos a los estudiantes que acuden a la emisora a realizar alguna tarea de forma voluntaria, sin recibir retribución económica alguna por su colaboración.
- Colaboradores externos: las personas incluidas en esta categoría serían antiguos estudiantes o egresados, personas pertenecientes o no a la comunidad universitaria que acuden a la radio de manera voluntaria, y otras figuras que no hayamos contemplado en los ítems anteriores.

En este caso es importante interpretar el número de personas participantes en la emisora como datos aproximados, debido al carácter voluntarista de muchas de las estaciones, lo que provoca oscilaciones constantes en número a lo largo del año.

Los estudiantes de la categoría “Alumnos de Ciencias Comunicación” son los que proporcionan los datos más elevados en este subapartado dedicado al voluntariado. Constatamos que la 98.3 es la emisora por la que más alumnos pasan de manera voluntaria a lo largo del año, pero tenemos que relacionar este dato con la vinculación que tienen las prácticas de las asignaturas de radio con la emisora, y que se trata de la universidad que más asignaturas de radio contempla en los planes de estudio tanto en Comunicación Audiovisual como en Periodismo. Éste es también el caso de Europea Radio y Radio UVA, aunque en la última se trata de un Proyecto de Innovación Educativa que a la vez se vincula a una asignatura de radio por iniciativa de su directora.

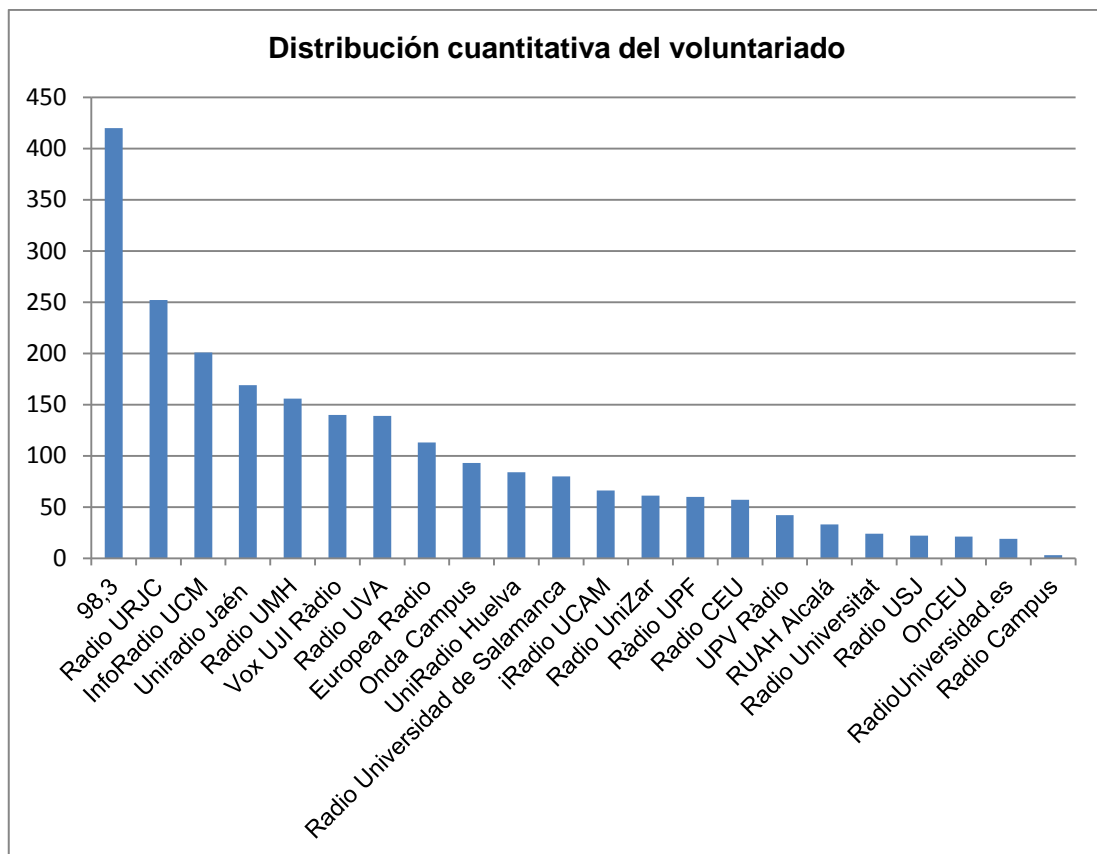
Por otro lado, InfoRadio UCM y Radio URJC, ambas de carácter voluntarista, presentan una elevada tasa de estudiantes de titulaciones de comunicación voluntarios, sin darse el caso de la vinculación de asignaturas, que podría deberse al mayor volumen de alumnos que albergan sendas universidades y a la antigüedad de las emisoras, las dos fundadas en el año 2.009. A estos datos podríamos sumar los que presenta Radio UMH, digna de mención además porque presenta una tasa de participación muy elevada en cada una de las categorías consultadas y la más alta en cuanto a personal docente que colabora en la emisora se refiere.

Vox UJI Ràdio es la que encabeza la lista de PAS que colabora en la emisora, mientras que UniRadio Jaén lo hace en la categoría de “Alumnos de otras titulaciones”. En ésta última debemos tener en cuenta además que la Universidad de Jaén no tiene grados de Ciencias de la Comunicación, y que

una de las causas de esta elevada tasa de participación de alumnos de otras titulaciones puede deberse al reconocimiento local que posee la estación para con la sociedad jiennense.

En la categoría de “Colaboradores externos”, Vox UJI Ràdio se presenta en primer lugar, seguida de Uniradio Jaén y Uniradio Huelva. La primera, informativa e institucional y las dos emisoras andaluzas situadas en la fina línea que separa el concepto de emisora comunitaria del de emisora universitaria debido a su marcado carácter social.

En el gráfico que se muestra a continuación, situamos en la línea vertical el número de voluntarios participantes en la emisora de radio universitaria, y en la horizontal cada una de las emisoras analizadas.



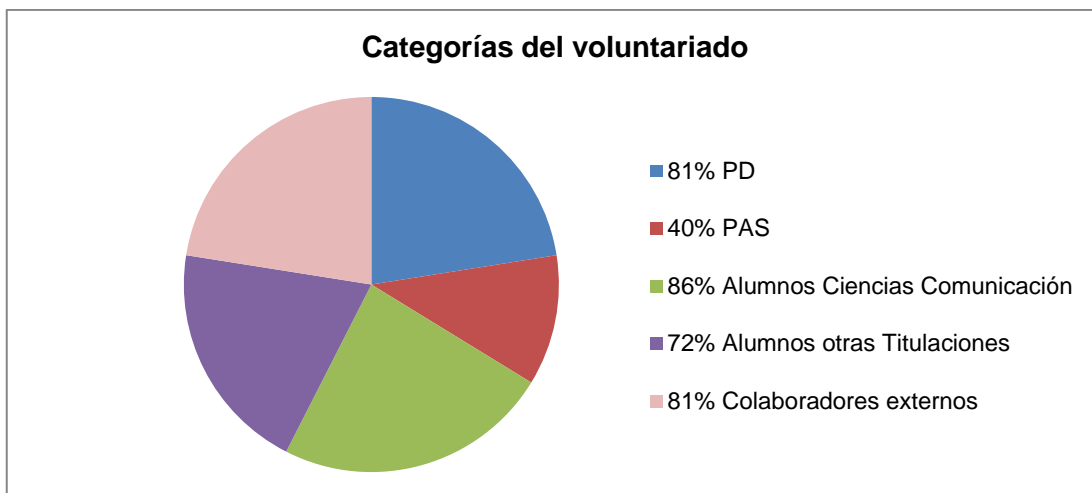
Finalmente, las emisoras que más colaboradores albergan, interpretando los datos de forma aproximada son: en primer lugar, la 98.3 con 420

voluntarios o estudiantes que no cobran por su trabajo en la emisora pero que trabajan en la misma a través de los contenidos que se crean para ello a través de las asignaturas. En segundo lugar, Radio URJC con 252, siendo estos voluntarios reales, debido al marcado carácter voluntarista de la estación; y en tercer lugar InfoRadio UCM con 201, que presenta voluntarios no ligados a asignaturas, del mismo modo que ocurre en Radio URJC. Todas las universidades que albergan títulos de Ciencias de la Comunicación presentan una tasa de participación de voluntarios procedentes de dichos planes de estudios en mayor o menor medida.

Por otro lado, los voluntarios que formen parte de la categoría de “Personal Docente” se disponen en todas las estaciones excepto en RadioUniversidad.es, RUAH Alcalá, UPF Ràdio e iRadio UCAM, aunque en estas últimas la figura del Personal Docente está considerada como remunerada en esta investigación.

En cuanto al PAS voluntario que colabora en la emisora de manera desinteresada, el 41% de las emisoras cuentan personas pertenecientes a este colectivo, por lo tanto, se trata de una figura inexistente en forma de voluntariado en la mayoría de las estaciones, sin olvidar que sí está contemplado como personal remunerado en otro 41% de las emisoras.

La categoría de “Alumnos de otras titulaciones” tiene cabida en el 76% de las emisoras, por lo que podríamos decir que se contempla en la mayoría de las estaciones. También de manera general en las emisoras se produce la colaboración de voluntarios que no tienen relación con la universidad. Solo en algunos casos muy concretos en los que se trata de un proyecto específico pensado para ser trabajado por alumnos, como es el caso de InfoRadio UCM, iRadio UCAM o Radio UVA no se da esta figura.



Del gráfico se desprende que la categoría de voluntarios más utilizada en las emisoras de radio universitarias es la de “Alumnos de Ciencias de la Comunicación”, seguida de Docentes “PD” y “Colaboradores externos” en igual medida. Los alumnos de “Otras Titulaciones” tienen cabida en muchas de las estaciones aunque en menor proporción que las demás, siendo la figura que menos predomina la del “PAS”.

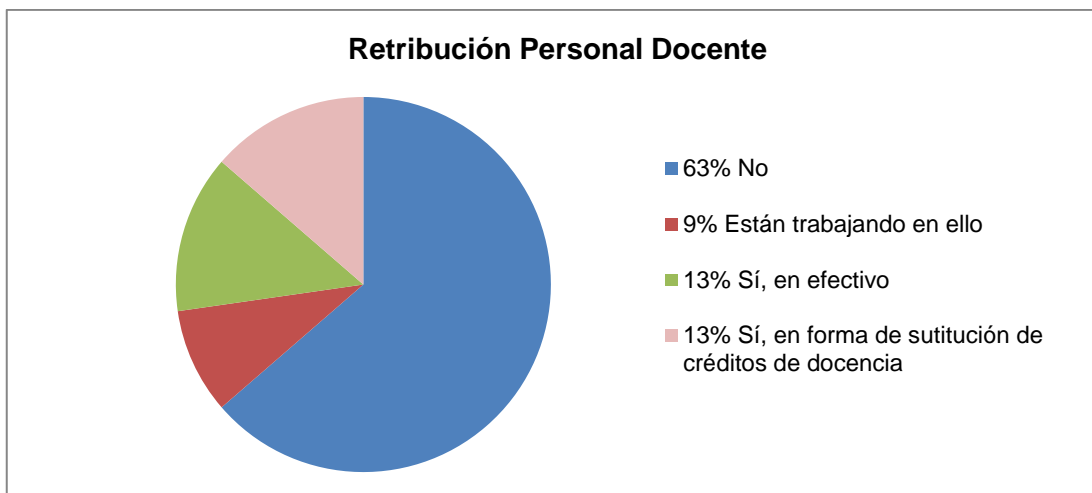
2.2.4- Retribución para PD y PAS

Para obtener una respuesta pormenorizada y poder realizar una clasificación real de las personas que trabajan en la emisora y reciben un salario u otro tipo de retribución, hemos realizado la siguiente pregunta a todos los entrevistados: ¿Los miembros del Personal Docente o Personal de Administración y Servicios perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PD, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?

Con esta pregunta se pretende averiguar si los docentes realizan las labores en la emisora de manera voluntaria y altruista o son compensados de alguna manera por la universidad. La cuestión se extendía al PAS, pero no hemos obtenido ninguna respuesta que haga referencia a este colectivo. Para la extracción de resultados hemos tenido en cuenta que el personal docente

(PD) que trabaja en las emisoras en determinados casos está contemplado como contratado o PAS, pero, como se indicaba en tablas anteriores, existe personal docente que colabora en la emisora de manera voluntaria en un 81% de las estaciones, y de forma remunerada en un 36% de las mismas, por lo que la pregunta se hace extensible a la totalidad de emisoras porque esta figura existe en todas las estaciones de una manera u otra. Las únicas estaciones en las que no se refleja la colaboración voluntaria ni el trabajo remunerado de ningún docente son Radiouniversidad.es y RUAH Alcalá, que han sido contempladas en los resultados dentro de la respuesta negativa.

A la pregunta formulada, en el 64% de las emisoras la respuesta ha sido negativa, mientras que en el 9% de las estaciones analizadas están planteando esta compensación a sus superiores, aun sin resultados. En el 27% de los casos la respuesta ha sido afirmativa. Desglosando las contestaciones, obtenemos que en Europea Radio existe compensación en horas de docencia para la persona superior al director, es decir, para el director del grupo multimedia llamado Europea Media. En Radio UMH, para el docente a cargo del Proyecto de Innovación Docente cuyo cometido es revisar y corregir los programas de los alumnos hay una compensación económica. Tanto en Radio URJC como en Radio UPF existe compensación económica, en este caso, solo para el director de cada emisora, en concreto en Radio URJC desde principios de 2.014, a pesar de que la emisora se fundó en 2.009. Por último, en iRadio UCAM se otorgan 100 horas de reducción de carga docente o sustitución de créditos de docencia para cada una de las dos coordinadoras de la emisora, mientras que en Radio USJ la compensación para el director supone 6 créditos. El gráfico de resultados quedaría de la siguiente forma:



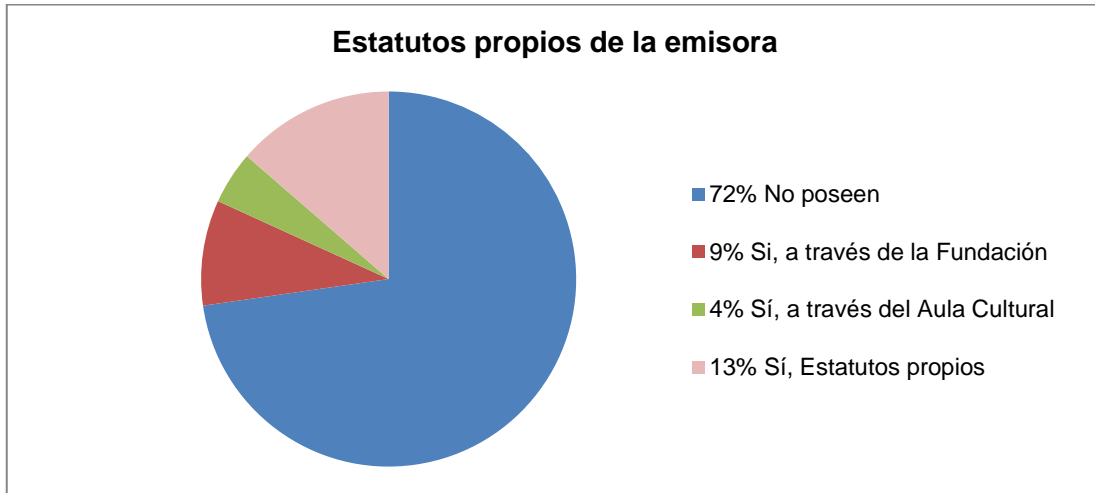
Del gráfico se desprende que en la mayoría de los casos no se observa una compensación de ningún tipo para el personal docente que voluntariamente forma parte de la emisora, aunque con el paso de los años y a fuerza de la realización de trabajo en la estación de forma desinteresada, se va obteniendo este derecho o privilegio.

2.2.5- Normativa propia / estatutos de la emisora

Esta cuestión se realiza en este apartado contemplando la posibilidad de que exista una normativa que incluya instrucciones sobre formas de proceder para realizar las contrataciones, organigrama o toma de decisiones. Para ello formulábamos la siguiente pregunta: ¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?

El 76% de las emisoras respondieron que no, ya que se rigen por la normativa de universidad que acoge la estación, suponiendo este dato la mayoría. Solo dos estaciones respondieron que sí, Onda Campus y Radiouniversidad.es, tratándose de la normativa que establece la fundación que acoge la estación. Por otro lado, Radio Campus, también respondió afirmativamente haciendo referencia al Régimen Interior de Aulas Culturales ya que la estación pertenece a este colectivo. Por último, un 14% de las

estaciones universitarias investigadas, Radio URJC, UPF Ràdio y Uniradio Jaén, hicieron referencia a los estatutos propios de la emisora universitaria.



Del gráfico se obtiene claramente la conclusión de que la mayoría de emisoras, un 72% del total, se rige por la normativa propia de la universidad que alberga la estación. Un 13% sí posee estatutos propios específicos de la emisora, un 9% se rige a través de los que ofrece el Régimen Interior de Aulas Culturales al que pertenece y un 9% lo hace a través de los estatutos propios de la fundación de la que forma parte.

2.2.6- Convocatorias y procesos de selección de becarios y voluntarios

Es importante contemplar los resultados de estas cuestiones, pues la participación en una emisora universitaria depende de la capacidad de convocatoria que tenga la estación en muchos de los casos. Para ello solicitábamos respuesta a la pregunta de cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora.

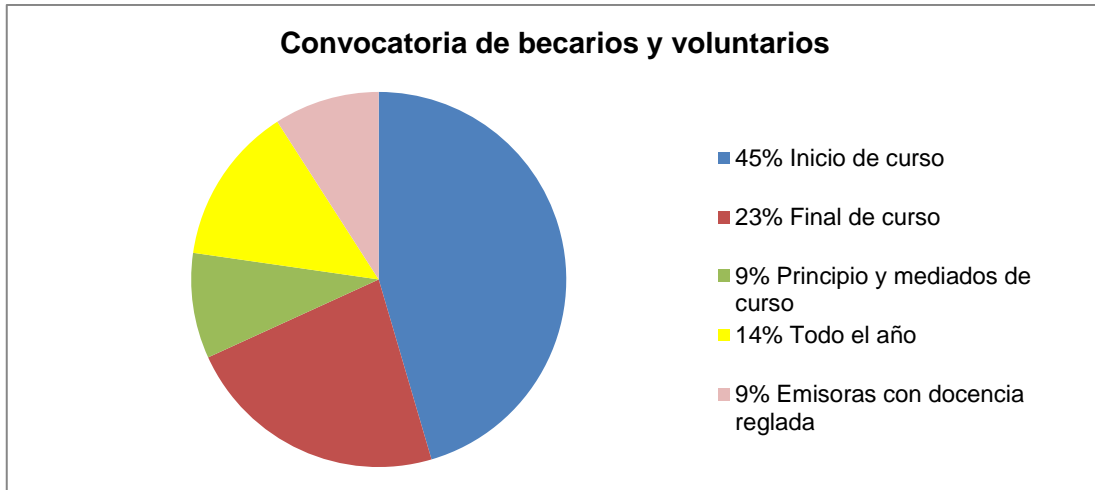
De las respuestas de los entrevistados hemos deducido que existen cinco posibilidades: la primera consiste en convocar las plazas para becarios y voluntarios en septiembre, al inicio del curso académico; la segunda en convocar a final de curso, en torno a mayo-junio; la tercera opción es realizar dos convocatorias, una a principios de curso y otra a mediados del mismo; por

otro lado también se da la posibilidad de que la convocatoria esté abierta durante todo el año, y la última respuesta posible, gira en torno a las radios universitarias ligadas a la formación reglada que no necesita realizar convocatoria de voluntarios, pero que en algunos casos sí solicita becarios, para los que sí realizan convocatoria oficial.

En síntesis, los resultados obtenidos para cada categoría son:

- Convocatoria al inicio del curso: el 45% de las estaciones realizan el periodo de captación de becarios y voluntarios en septiembre, aunque una de ellas indica que para los voluntarios que no son becarios la convocatoria está abierta todo el año.
- Convocatoria a final de curso: el 23% estaciones llevan a cabo la convocatoria de becarios y voluntarios en mayo-junio. Hay que señalar que convocar en esta época del año puede provocar que en septiembre, al inicio del curso académico, hayan cambiado las circunstancias de los alumnos y que ya no estén interesados en realizar colaboración alguna de naturaleza voluntaria o becaria en la estación.
- Convocatoria a principios de curso (septiembre) y mediados (febrero): el 9% de las estaciones, como Radio Universitat, realiza dos convocatorias en las fechas indicadas para becarios, renovando así la plantilla de los mismos a mediados de curso, y Radio URJC realiza dos convocatorias para practicum durante el año, aunque en esta última, para voluntarios el plazo de participación está abierto siempre.
- Convocatoria abierta todo el año: En el 14% de las emisoras la convocatoria para participar en la emisora está abierta en cualquier época del año.
- Emisoras ligadas a la docencia: estas emisoras son 2, sumando un 9%, la 98.3 y Europea Radio. En ambos casos los alumnos que participan en la emisora son alumnos de docencia reglada, por lo que no es imperativo para estas estaciones realizar

convocatorias para captar voluntarios. Sin embargo, la 98.3 sí realiza cada año una petición de dos becas PIE y Europea Radio lo hace cuando desde la universidad indican que es posible realizar dicha petición.



Las vías utilizadas para dar a conocer estas convocatorias son las cuñas promocionales en la propia emisora, cartelería en el campus universitario, anuncios en la propia web de la estación, mediante el tablón de anuncios de las facultades, dar a conocer la emisora de viva voz por los propios colaboradores de la radio en las aulas, anuncios en el campus virtual de la universidad y a través de las redes sociales.

Por otra parte, en este apartado hemos consultado a los responsables de las emisoras la forma de realizar la selección de becarios y voluntarios. Es importante para una estación de radio universitaria unificar los criterios de selección mediante los cuales las personas que soliciten participar en la emisora puedan hacerlo. Podríamos decir que en cada emisora de radio universitaria se procede de una manera diferente a la hora de seleccionar a los voluntarios o colaboradores que participarán en la emisora, por lo que, expondremos los resultados de manera sintética.

En primer lugar, hay estaciones en las que es suficiente presentar una solicitud de participación indicando la categoría deseada (presentador, técnico o redactor) para entrar a formar parte de la misma como voluntario o colaborador, mientras que otras solicitan además un programa piloto que a menudo se realiza en la propia estación para comprobar el nivel de conocimientos de radio de los solicitantes, así como su compromiso. La entrevista a los interesados es una herramienta utilizada también en estos casos, ya que ayuda a obtener un mejor conocimiento de las personas que desean colaborar, y se utiliza por ejemplo en Radio Universidad de Salamanca como único filtro. La conjunción de todas las mencionadas hasta ahora se da en el 14% de las estaciones analizadas.

En otras estaciones se solicita un proyecto de programa y con el mismo se realiza un piloto como requisito para poder colaborar. En este caso sí es preciso que las personas interesadas ya tengan un dossier elaborado con las características del espacio programático, secciones y colaboradores, entre otras necesidades. Este sistema se utiliza en el 14% de las estaciones.

Por otro lado, existen también emisoras en las que se permite la colaboración de todos los voluntarios que manifiesten de algún modo su deseo de hacerlo. Esto ocurre en el resto de las radios universitarias analizadas, siempre y cuando las mismas acepten colaboradores de cualquier procedencia, no sólo de las titulaciones relacionadas con la radio, añadiendo la salvedad, en el caso de iRadio UCAM de que deben ser alumnos a partir de 2º curso.

En cuanto a las becas o prácticas regladas como prácticas externas o *practicum*, en todos los casos se rigen por el sistema que estima cada universidad para ello, el mismo que se utiliza para la colocación de dichos alumnos en otras empresas. Esto ocurre en el 100% de los casos analizados, añadiendo un requisito más en el caso de Radio UniZar.es, que ofrece una

beca subvencionada por el ayuntamiento de la localidad que como requisito exige un programa piloto grabado.

Por otro lado, en Radio Universitat se exige una nota de corte determinada para optar a conseguir la beca en la estación de radio, algo que en otras radios universitarias se consigna mediante la idoneidad del currículum del candidato, analizado por un comité de selección. En otros casos además es necesario que el director realice una entrevista a los aspirantes para el mismo fin como por ejemplo en Radio URJC. Entre las estaciones más exigentes se encuentran OnCEU Radio, que para otorgar una de sus becas realiza una prueba de acceso que consiste en un test de actualidad o en una redacción.

En suma, la tónica que se sigue en la mayoría de las radios universitarias es que las personas que desean colaborar obtienen toda la ayuda necesaria para poder conseguirlo, debido al carácter abierto a la sociedad que presentan este tipo de emisoras. Un trato diferente se le da al otorgamiento de becas y prácticas en las mismas, puesto que en estos casos, el objetivo es lograr la formación del alumno de las titulaciones relacionadas con el medio radiofónico, por lo que se establecen unos requisitos para su consecución orientados a este fin.

2.2.8- Plan de trabajo y organización diaria de la emisora

Al igual que ocurre en otras cuestiones consultadas, cada emisora tiene un plan de trabajo diferente. En función de las respuestas obtenidas hemos realizado una clasificación general en la que explicamos brevemente la operativa diaria que se sigue en cada estación:

a) Existe una tendencia dirigida hacia la división de contenidos en mañana y tarde, emitiendo por la mañana la cobertura de la actualidad e información y por la tarde piezas o programas de otras temáticas o magazine cultural. Este es el caso de emisoras como 98.3, UniRadio Huelva, Radio

Universidad de Salamanca, Radio CEU, Uniradio Jaén, suponiendo un 23% de los resultados.

b) Por otro lado tenemos emisoras de radio universitaria en las que tanto la parrilla como los horarios de grabación están organizados por los propios estudiantes o colaboradores de la emisora, son los casos de: InfoRadio UCM y RUAH Alcalá, lo que supone un 9% de los casos analizados.

c) En las estaciones que emiten en formato *podcast*, se produce la reserva de estudios, grabación y posterior colgado de los mismos. Serían los casos de UPF Ràdio, Europea Radio y de Radio UVA, asignándose en esta última grupos de alumnos de la asignatura de radio la responsabilidad de grabar un programa cada 15 días, cuya organización se realiza a través de una plantilla horaria. Sumarían un 14% de las estaciones analizadas.

d) Otro sistema estaría formado por emisoras cuya parrilla está compuesta por programas grabados más un informativo diario o semanal, emisoras que ejecutan su organización en base a ello. Son los casos de UPV Ràdio, Vox UJI Ràdio, Radio Universidad.es y Radio Campus, que suman un 18% de los casos analizados.

e) Otra forma de organización bastante extendida consiste en la selección de un día de la semana para escoger y distribuir los temas y coordinar los horarios de grabación, los casos serían los siguientes:

- Radio UniZar.es: lunes consejo de redacción con elección de temas, distribución de grabaciones semanal y viernes carga de *podcast*.
- iRadio UCAM: reunión los viernes para identificar las necesidades de la semana entrante y organización de calendario de grabaciones de la semana siguiente.
- Radio Universitat: reunión semanal para selección de temas y todos los días reunión de informativo diario.
- Radio USJ: reunión semanal para selección distribución de temas, asignar difusión en redes sociales y coordinación de contenidos de programa institucional semanal.

- Onda Campus: grabación y emisión de programas de una semana para otra.

En otro orden de cuestiones, resulta interesante la organización que se lleva a cabo en emisoras concretas, por ello, abordamos a continuación algunos de los casos más relevantes.

En Radio UMH se establece una organización del trabajo anual. En esta estación la parrilla está compuesta por programas diarios, semanales, quincenales y mensuales, de entre 5 y 60 minutos de duración. En septiembre todos los participantes en la emisora ya conocen el número de programas asignados durante el curso así como la fecha y hora de grabación/emisión debido a que la coordinadora ha realizado la tarea de asignación de programas y espacios durante el verano.

Otro caso interesante, en cuanto a la organización diaria se refiere, es la forma de trabajo que se utiliza en Radio URJC. La parrilla está compuesta por programas prediseñados a los que los colaboradores deben adaptarse con una coordinación técnica y logística que afecta a dos campus. Para realizar esta labor de control en cada ubicación existe la figura del coordinador de campus, que es un colaborador que revisa los programas grabados, les da el visto bueno y los envía a los becarios de logística y gestión para que los sumen a la parrilla. Hay dos coordinadores de campus en total, uno por cada campus, aunque aún se está gestionando la participación en la radio universitaria del tercer campus que pertenece a la Universidad Rey Juan Carlos. Conviene señalar que en el periodo en el que se realizó la consulta estaba prevista la puesta en marcha de la coordinación de informativos por parte de una docente, cuya labor sería liderar y corregir píldoras informativas realizadas por los colaboradores.

Por otro lado, exponemos el método llevado a cabo en OnCEU Radio, cuyo sistema está coordinado por director de la emisora. Se contempla cada

programa con una jerarquía marcada, compuesto por un director y redactores que a su vez están supervisados por un jefe de sección. Tanto los cargos de jefes de sección así como de directores de programa son personas con beca, que realizan prácticas regaladas o Trabajo Fin de Grado. El resto de colaboradores o voluntarios tienen asignada la categoría de redactor.

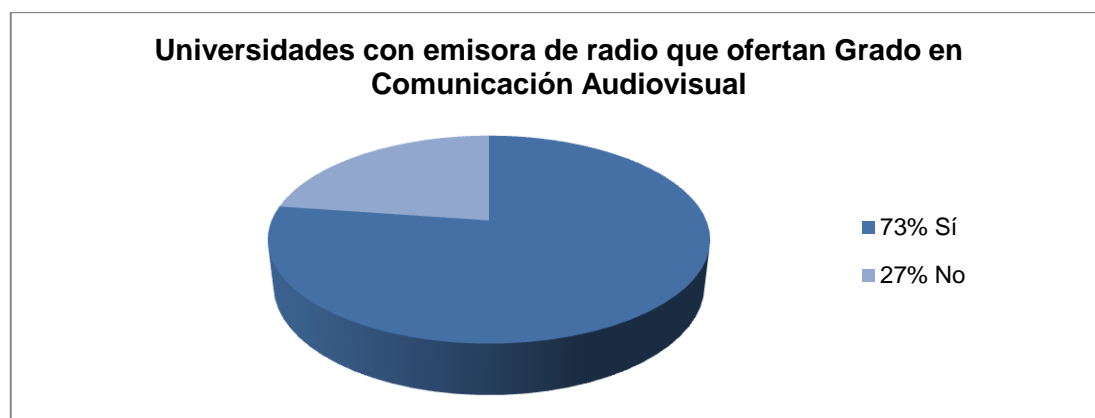
2.3- Formación de estudiantes en la emisora

En este apartado analizaremos los mecanismos que escogen las emisoras de radio universitaria para formar a los estudiantes y colaboradores que pasan por ellas cada curso académico.

2.3.1- Titulaciones de grado y asignaturas en las emisoras analizadas

Titulación: Comunicación Audiovisual

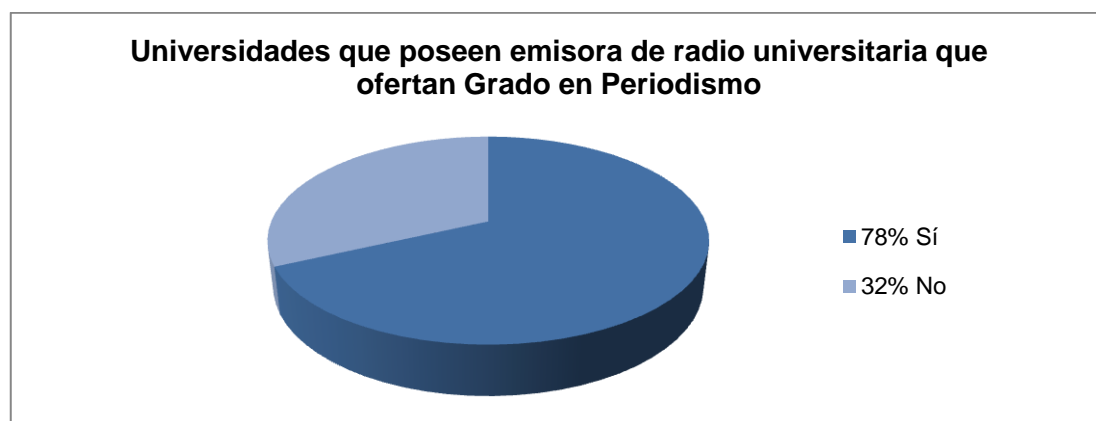
El 73% de las universidades analizadas que poseen radio universitaria sí alberga un título de Grado en Comunicación Audiovisual, mientras que el 27% no lo hace, por lo que podríamos decir que la mayoría de universidades que poseen una emisora de radio también ofrecen estudios de Comunicación Audiovisual.



Por otro lado, las universidades que poseen radio universitaria y ofertan la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual arrojan un promedio de 2 asignaturas que tienen en su nomenclatura las palabras radio o derivados y/o el vocablo locución. Para esta titulación, ofertan un máximo de 5 asignaturas de esta índole, la Universidad de Navarra, la Universidad Europea de Madrid y la Universidad de Salamanca, existiendo universidades que ofertan una o ninguna asignatura que coincida con este criterio de búsqueda.

Titulación: Periodismo

Atendiendo al siguiente criterio de análisis, el 68% de las universidades que poseen radio universitaria que han sido analizadas ofertan la titulación en Periodismo, mientras que el 32% restante no lo hace. Por otra parte, las universidades que ofrecen la titulación de Grado en Periodismo y poseen una radio universitaria presentan un promedio de 2 asignaturas que contienen las palabras radio o derivados y/o el vocablo locución. Presenta 7 asignaturas que coinciden con estos criterios de búsqueda la Universidad de Navarra, y es la que más ofrece. Se observa en todos los casos analizados la existencia de al menos una materia de estas características.



Relación entre asignaturas de los Grados en Comunicación y la radio universitaria

También hemos consultado a los responsables de las estaciones sobre la relación que existe entre la estación de radio universitaria y las asignaturas de radio ofertadas en ambas titulaciones, obteniendo que en un 36% de las estaciones se da esta circunstancia, mientras que en el 64% restante no tienen relación alguna con la misma, es decir, que asignaturas de radio y radio universitaria trabajan cada una por su cuenta.



2.3.2- Tipos de formación en la radio universitaria

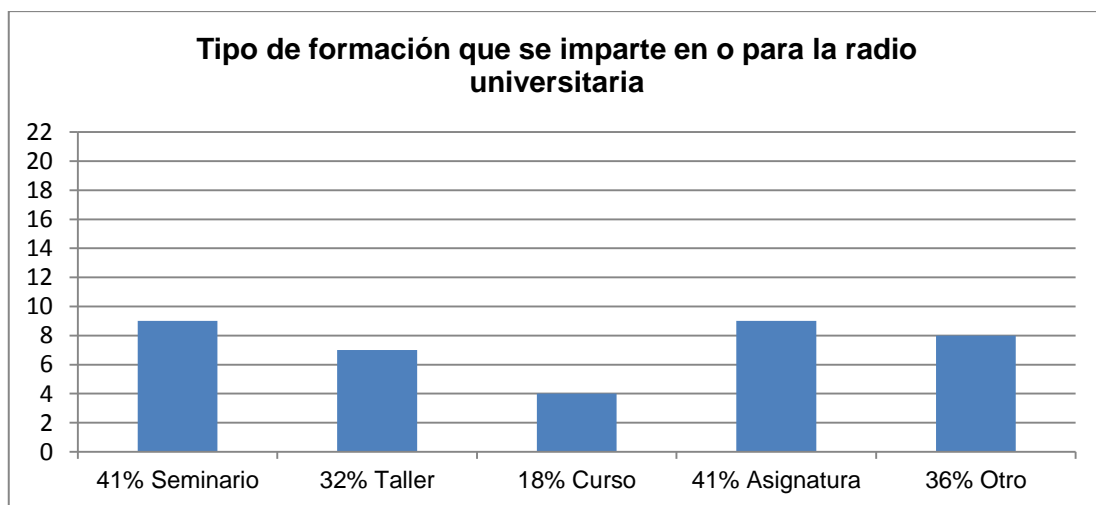
En este apartado mostramos los resultados obtenidos acerca de los planes de formación que se imparten en las estaciones universitarias. En este caso se ofrecían cinco posibles respuestas a los entrevistados entre las que constaban los tipos de formación que suelen impartirse en estas emisoras: seminario, taller, curso, asignatura de grado u otro.

Exponemos a continuación las definiciones que ofrece la Real Academia de la Lengua Española (RAE) para los ítems propuestos en la pregunta:

- Seminario: Organismo docente en que, mediante el trabajo en común de maestros y discípulos, se adiestran estos en la investigación o en la práctica de alguna disciplina.
- Taller: Escuela o seminario de ciencias o de artes.

- Curso: Tratado sobre una materia explicada o destinada a ser explicada durante cierto tiempo.
- Asignatura: Cada una de las materias que se enseñan en un centro docente o forman un plan académico de estudios.

Una vez expuestos los significados más acordes con los vocablos señalados según la RAE, podríamos decir que existe poca diferencia entre lo que sería un seminario y un taller, aunque a efectos prácticos, el seminario puede tener una connotación de carga teórica mayor, con apoyo de ejemplos o actividades prácticas, mientras que el taller puede presentar una carga teórica inicial enfocada fundamentalmente a la realización de ejercicios prácticos. Debemos añadir que en las propias emisoras universitarias se elige una palabra u otra para la nombrar estos periodos de formación, por lo que nosotros lo hemos respetado hasta el punto de crear categorías diferentes.



Se debe tener en cuenta además que en esta cuestión se ha contemplado la respuesta múltiple y, por ello, la coexistencia de varios tipos de formación en la misma estación, ya que no son excluyentes entre sí. Como ya hemos observado en datos anteriores, una asignatura de grado también puede suponer una plataforma de aprendizaje para trabajar en la radio, tal y como reflejan el 41% de las universidades analizadas. Por otra parte, coexistiendo con la asignatura, el sistema más utilizado como medio de formación propio de la emisora es el seminario con un 41%, seguido de otros

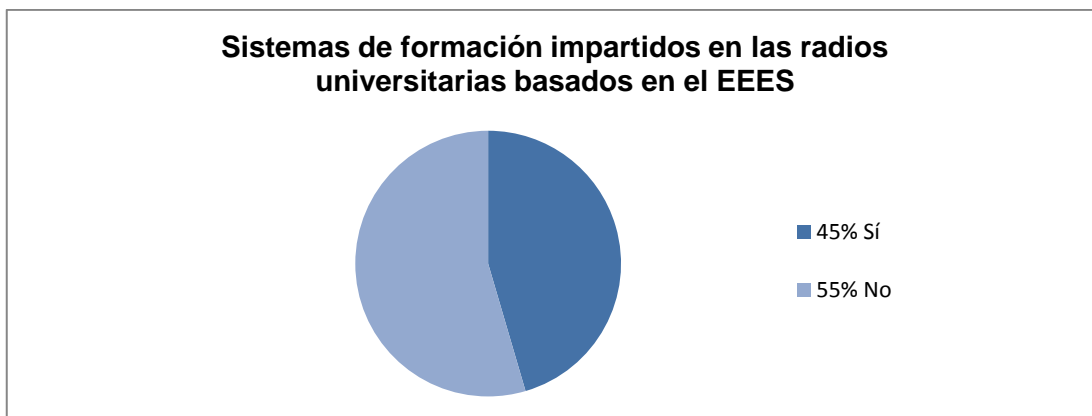
formatos, reflejados en un 36%, en los que se citan *trainings* o entrenamientos específicos en materias concretas como locución o *podcasting*, Proyectos de Innovación Educativa asociados a la radio universitaria, Trabajos Fin de Grado (TFG) realizados en un formato radiofónico, o la tutorización diaria del trabajo de los estudiantes en la emisora.

El taller, con un 32%, seguido del curso con un 18%, son otros formatos de formación contemplados en las estaciones de radio universitarias para formar a los alumnos, obteniendo la supremacía sobre todos ellos la figura del seminario con el mencionado 41%.

Tipos de formación impartida en la radio universitaria y adquisición de competencias

Es importante para esta investigación conocer si el tipo de formación impartida en las radios universitarias se basa en los mismos criterios que establece el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), es decir, si se contempla el alcance de competencias y capacidades en la persona que realiza el periodo formativo. Es sabido que en las asignaturas de grado se aplica este sistema, pero hemos investigado si en los planes de formación no reglados que se ofertan en las estaciones de radio también se utiliza esta metodología.

En este caso, hemos clasificado las respuestas positivas y negativas, es decir si los métodos de formación utilizados en las estaciones universitarias como seminarios, talleres o cursos están pensados u orientados para la consecución de competencias o no.



Como podemos observar, casi en la mitad de los casos, un 45% se utiliza este sistema, mientras que en la mayoría no, constituyendo un 55% del total. Entre los motivos por los cuales no se utiliza según los entrevistados consta que se trata de una formación “salvavidas” para aprender a desenvolverse en una emisora de radio de una manera básica, o que no se sigue esta metodología que indica el EEES de una forma tan estricta como en las asignaturas, contemplándolo como una formación alternativa en la mayoría de las estaciones analizadas y por ello más laxa.

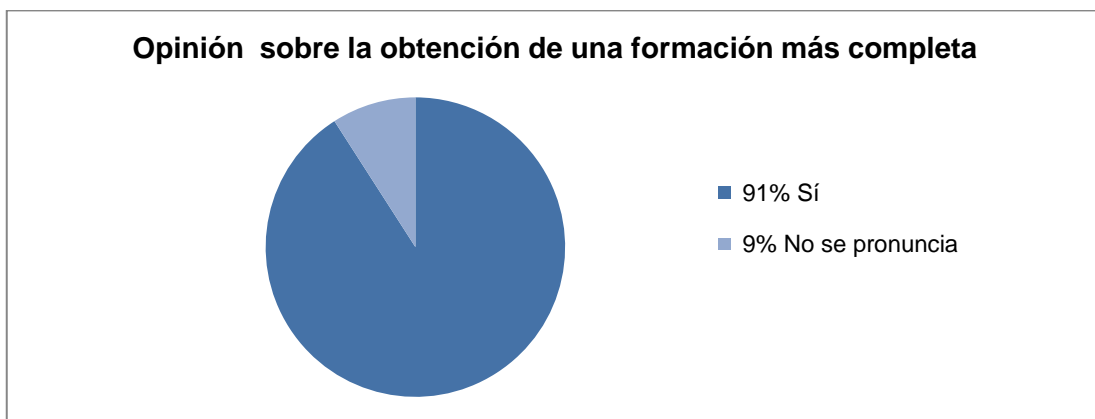
2.3.3- Opinión de los responsables sobre la formación en la radio universitaria

Hemos contemplado en el cuestionario una pregunta de opinión que se integra en este apartado: ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?

Como se procedió en el caso de la cuestión anterior, hemos clasificado las respuestas en dos categorías, positiva o negativa. Aunque debemos señalar que en la mayoría de los casos han sido extensas y contundentes, a nuestro juicio, la síntesis en positivo o negativo ofrece la suficiente información para responder la cuestión.

En este sentido, la inmensa mayoría, el 91%, está convencida de que el paso por la emisora ofrece una formación práctica en radio y en general para

la vida, que ayuda a las personas que pasan por ella en cuestiones vitales como saber afrontar situaciones como entrevistas de trabajo, pruebas prácticas en emisoras de radio y saber expresarse correctamente, entre otras. Tan solo los responsables de dos emisoras no se han atrevido a calificar si el paso por la misma es positivo o negativo, lo que supone un 9% del total de emisoras analizadas.



En los dos casos en los que la respuesta no ha sido ni positiva ni negativa, los entrevistados aluden por un lado, al fuerte intrusismo existente en la profesión periodística, y en el segundo caso, al desarrollo de competencias por el trabajo diario en la estación, pero no contesta categóricamente como lo hace el resto de entrevistados con un sí por respuesta.

2.3.4- Principales carencias de los alumnos detectadas en el momento de su incorporación a la emisora

Como hemos señalado con anterioridad, cada emisora universitaria posee unas características diferentes. Nos interesa conocer con esta pregunta cuáles son las principales carencias que observan los responsables de las emisoras en los estudiantes que se incorporan por primera vez a la estación. Las respuestas sugeridas para investigar esta cuestión han sido:

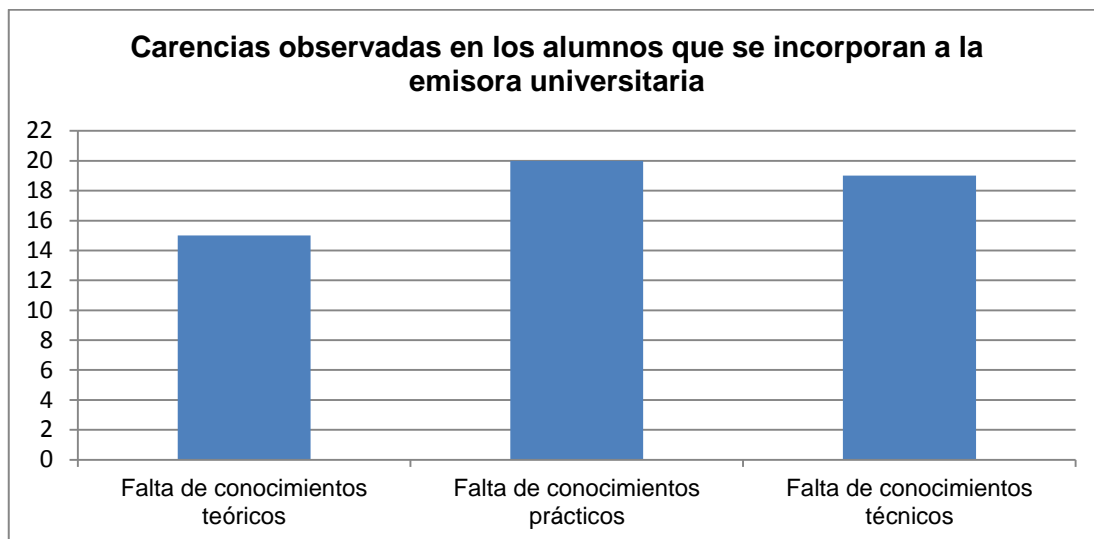
- Falta de conocimientos teóricos (procesos de producción, géneros, programación, etc.).
- Falta de conocimientos prácticos (locución, redacción...).
- Falta de conocimientos técnicos (*software* específico, autocontrol).
- Otros.

Es importante señalar que cada emisora universitaria tiene una forma de trabajar diferente, por lo que, en algunos casos en los que la dinámica de trabajo consiste en atraer a los alumnos de primero de grado, o en las que la universidad no oferta titulaciones de Ciencias de la Comunicación, las carencias van a ser notables en todos los supuestos, mientras que en las estaciones en las que los alumnos proceden de segundo de grado en adelante, si han cursado una o varias asignaturas relacionadas con la radio, los resultados son diferentes. Es por ello que hay que tener en cuenta que en determinadas emisoras, los entrevistados realizan una diferenciación entre alumnos procedentes de Ciencias de la Comunicación que ya han cursado varias asignaturas de radio, y por lo tanto pertenecen a cursos superiores tanto del Grado en Comunicación Audiovisual o del Grado en Periodismo y los alumnos que se incorporan por primera vez a la radio, habiendo cursado una o ninguna asignatura relacionada con la radio. Esto se da en cuatro estaciones, en tres de ellas no se especifica ninguna carencia y en solo una se especifica falta de conocimientos prácticos y técnicos.

Por otro lado, también sucede en emisoras en las que trabajan becarios, que en la mayoría de los casos suelen acceder tras un proceso de selección por el que son elegidos los alumnos más preparados para el puesto. En estas estaciones, también se señalan otras carencias de tipo comunicacionales, de locución o de gestión, más que de aprendizaje práctico/técnico en la emisora.

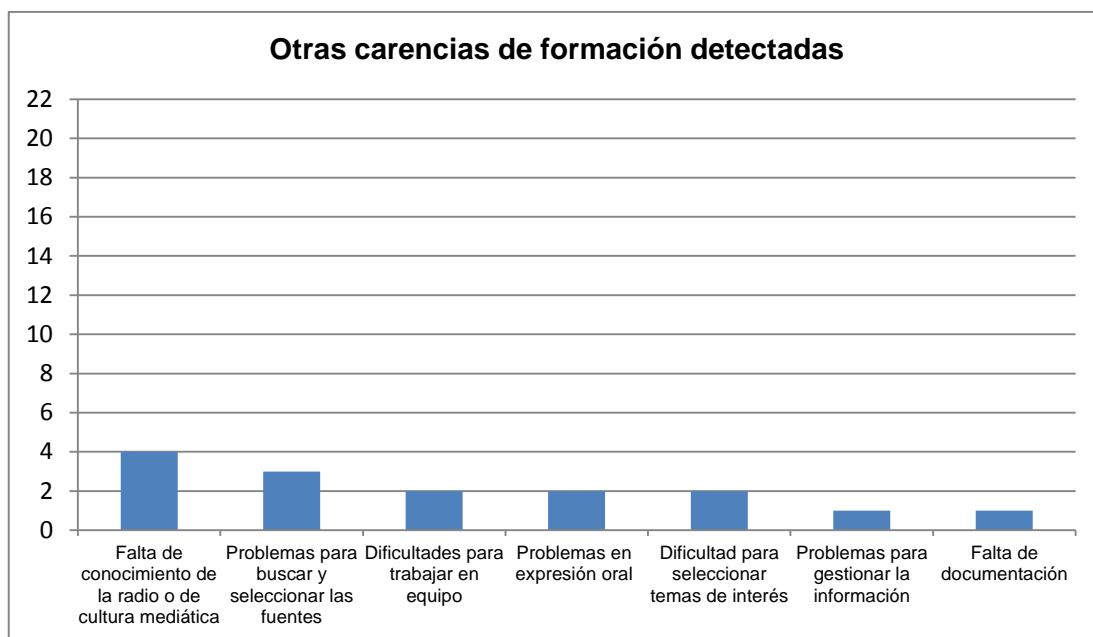
En definitiva, a la cuestión sobre cuáles son las principales carencias que se observan en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora, las

respuestas se reflejan a continuación, observándose a la izquierda en el eje vertical número de emisoras que responde positivamente al ítem indicado en el eje inferior del gráfico.



En síntesis, podemos afirmar que en el 68% de los casos analizados se detectan carencias de conocimientos teóricos; en el 91% de los casos, carencias de conocimientos prácticos y en el 86% de los casos, carencias de conocimientos técnicos.

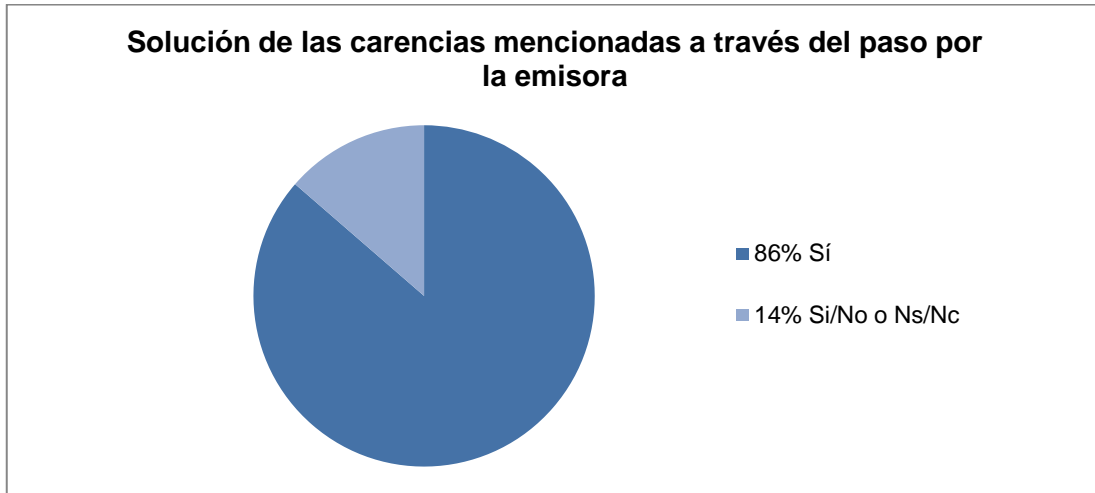
En la categoría “otros” todos los entrevistados han aportado alguna carencia reseñable detectada en la mayoría de los alumnos y las hemos agrupado en categorías. Una vez más situamos a la izquierda, en el eje vertical el número de remisoras que coincide en la misma respuesta y en el eje horizontal las contestaciones de los responsables.



Según revela el gráfico, en el 18% de los casos analizados los estudiantes que se incorporan a la estación de radio universitaria presentan falta de conocimiento de la radio o de cultura mediática en general; en el 13% de los casos tienen problemas relacionados con la búsqueda y selección de fuentes; en el 9% de los casos presentan dificultades para trabajar en equipo; en un mismo porcentaje problemas para lograr una correcta expresión oral y también en un 9% de los casos analizados dificultades para seleccionar temas de interés. Por último, con un 4%, los alumnos presentan complicaciones para gestionar la información, siendo el mismo porcentaje el que corresponde al problema que supone la falta de documentación a la hora de abordar determinados temas.

Para concluir este apartado referente a las carencias presentadas por los estudiantes, hemos solicitado respuesta a pregunta sobre si creen que el paso por la estación ayuda a los alumnos a solucionar las carencias mencionadas. La contestación a esta cuestión ha sido clara y categórica en la mayoría de los casos con un 86%, tan solo en el 14% de las estaciones se reflejaba un condicionante, que daba lugar a una respuesta sesgada como “en parte sí”, o “según el caso”, llegando a señalar en una de las respuestas que la falta de cultura mediática no se soluciona mediante el paso por la emisora

de radio universitaria. Destacamos que en ninguna de las estaciones se ha obtenido un “no” por respuesta a esta cuestión.



2.3.5- Evaluación de la participación de los alumnos en la emisora de radio universitaria

Dado que entre nuestros objetivos se encuentra implementar un plan de prácticas para los alumnos de Ciencias de la Comunicación que participen en una emisora de radio universitaria, es interesante averiguar si en las estaciones existentes se realiza una evaluación de los estudiantes a su paso por la misma. En el 100% de los casos, las respuestas obtenidas hacen alusión a la evaluación que se realiza en el supuesto de que las asignaturas estén unidas a la emisora, o los informes que deben redactarse para las prácticas regladas o el otorgamiento de créditos libres. Sin embargo, también en el 100% de los casos, los entrevistados manifiestan que las prácticas de los voluntarios no se evalúan pero sí se tutorizan.

Resultan interesantes para este apartado las aportaciones realizadas por algunos de los responsables entrevistados. Por ejemplo, queda constancia de que hay emisoras en las que la falta de personal y tiempo no permite que se desarrollen métodos de evaluación para los participantes en la emisora.

Un año intentamos hacer un trabajo pasando un test después, pero no lo completamos. Fue por falta de tiempo, pero vemos la comparativa entre el trabajo de los alumnos en el primer programa y en el último y es sorprendente.¹³²

Por otro lado, el tiempo destinado al trabajo en la estación puede resultar escaso para completar el aprendizaje en el medio.

Sí, a los estudiantes en prácticas. Tenemos que rellenar un formulario en el que evaluamos la evolución del estudiante. El problema es que las prácticas de 150 horas son poco tiempo, se van cuando se sueltan.¹³³

Por último, la idea de crear unos premios o gratificaciones por el trabajo realizado en la emisora como evaluación ha sido descartada en UniRadio Jaén por diferentes motivos:

Es cierto que en el segundo año de funcionamiento pensamos en unos premios, pero aunque bien es cierto que se premia el esfuerzo de las personas, es posible que esto también desmotive a otros. Por lo que intentamos que estemos todos al mismo nivel y hemos preferido huir de ello.¹³⁴

2.3.6- Reconocimiento de la participación de los estudiantes en la emisora

La intención de plantear esta cuestión es averiguar cuál es la forma mayoritaria de reconocer o certificar por parte de la emisora de radio universitaria el trabajo realizado por los alumnos de manera voluntaria en ella. Las respuestas ofrecidas han sido:

- Créditos ECTS.
- Certificado de aprovechamiento.
- Nota numérica.

¹³² Benavides, E. (23 de Enero de 2015). Entrevista Responsable Radiouniversidad.es. (R. Pinto, Entrevistadora)

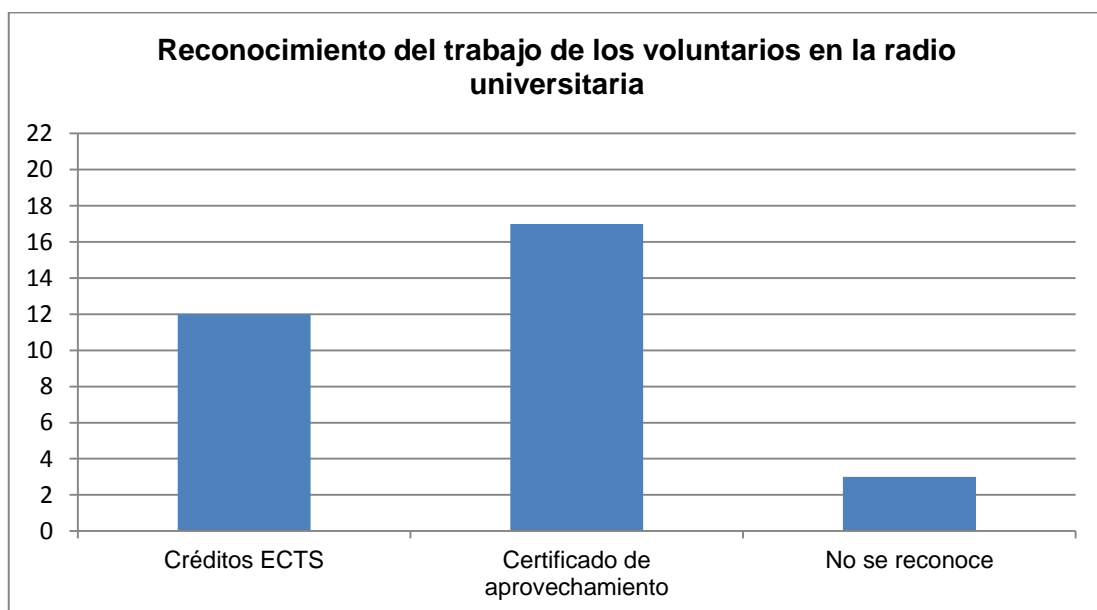
¹³³ Castelló, R. (4 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio Universitat. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹³⁴ Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Entrevista Director UniRadio Jaén. (R. Pinto, Entrevistadora)

- No se reconoce el paso de los alumnos por la emisora.

En esta ocasión es importante señalar que dependiendo de la modalidad de prácticas que esté realizando el alumno tendrá unos créditos asignados e incluso una beca o retribución como pago por su trabajo. También debemos contemplar que las emisoras que tienen las asignaturas de radio ligadas a la estación otorgan, como es natural, una nota numérica, lo cual tampoco se observa en estos datos. Nos referimos con esta cuestión al reconocimiento que se concede a las personas que pasan por la emisora, teniendo en cuenta el alto nivel de participación voluntario que se da en las mismas.

En las respuestas facilitadas por los entrevistados, hay que tener en cuenta que en determinados casos, tanto los créditos ECTS como los certificados de aprovechamiento se otorgan por la finalización de cursos o talleres llevados a cabo desde la propia emisora universitaria, incluso en algunas contestaciones detectamos que los certificados no se otorgan de manera general, sino a quien lo solicita, teniendo especial cuidado en determinadas estaciones pues en la ideología de la emisora no se contempla premiar la labor realizada, más bien se contempla el aprendizaje obtenido por el alumno como gratificación suficiente.



Como se observa en el gráfico, en el 54% de las estaciones se ofrecen créditos ECTS a los alumnos como reconocimiento de su paso por la emisora o por la realización de docencia extraordinaria realizada en la misma, lo que es compatible en la mayoría de los casos con el otorgamiento de un certificado de aprovechamiento que se realiza en el 77% de las radios analizadas. Solo en un 14% no se concede ningún tipo de reconocimiento a la labor ejecutada de manera voluntaria por los alumnos.

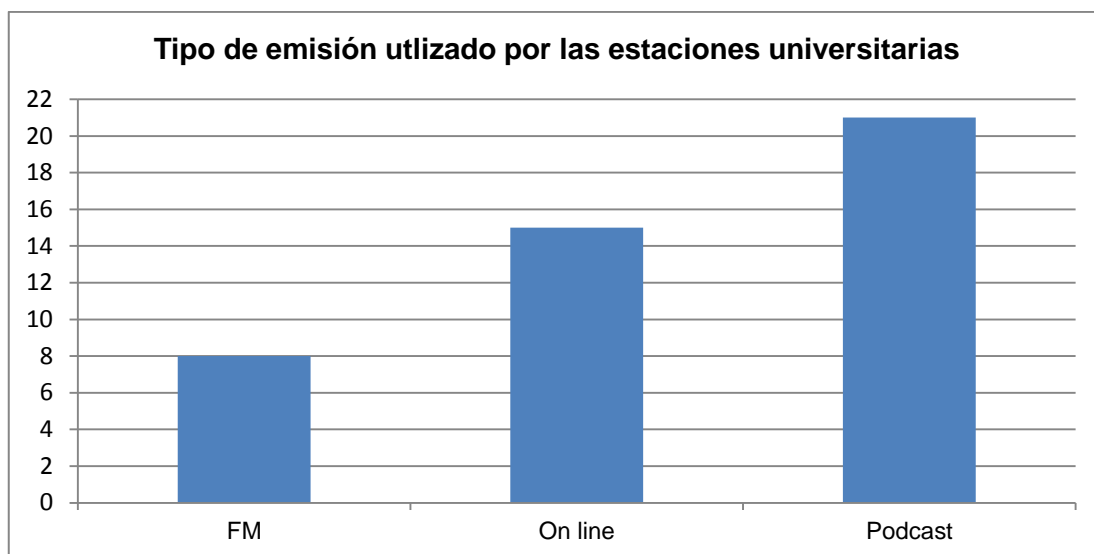
2.4.- Estructura técnica e infraestructura

En este apartado de la investigación hemos analizado el ámbito técnico que rodea la estación de radio universitaria, para obtener datos sobre cuáles son los *software* más utilizados en las emisoras para las diferentes tareas que requieren el día a día así como el tipo de emisión, estudios disponibles, puestos de redacción, y en definitiva, todo el material físico necesario a grandes rasgos para poner en marcha una emisora de radio universitaria.

2.4.1- Tipo de emisión

Consultamos el tipo de emisión utilizado para llegar al público, ofreciendo entre las posibilidades de respuesta las siguientes, que ya fueron debidamente definidas en el cuerpo teórico de esta investigación y que sintetizaremos así:

- Ondas FM: contemplándose como una emisión regular y diaria a través de un dial.
- On line: entendiéndose como emisión que requiere de la misma continuidad que la FM, cambiando la plataforma de emisión a internet.
- *Podcast*: cuya emisión es totalmente en diferido y sin continuidad temporal.

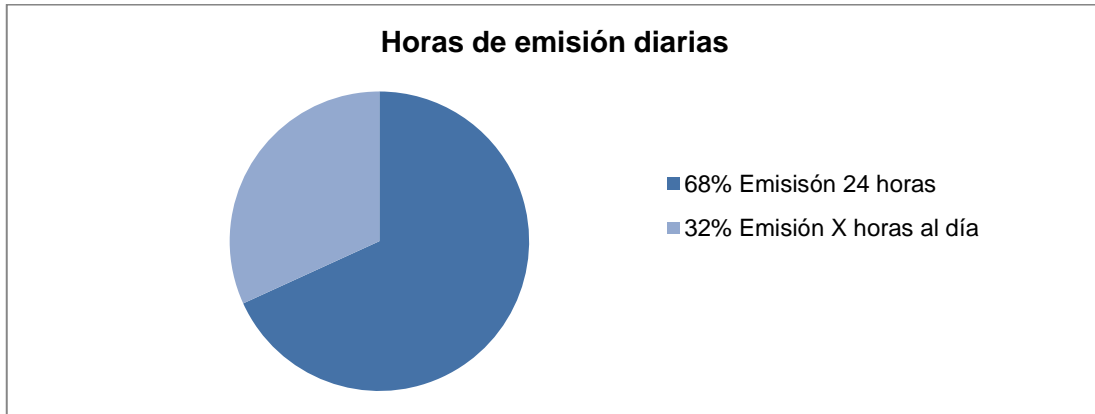


Según el gráfico, podemos afirmar que en el año 2015 el 36% de las estaciones de radio analizadas emiten a través de un dial de FM, mientras que el 68% lo hace mediante radio on line a través de internet o en *streaming*. El 95% de las emisoras analizadas por otra parte, hace uso del *podcast* como formato de emisión, siendo compatible con los otros tipos mencionados.

En el 85% de las emisoras que emiten a través de la FM de los casos analizados, también lo hacen on line complementando la oferta programática con la subida de *podcast* a la web, y tan solo una estación no lo hace en *streaming* en este momento por problemas técnicos con su página web. Por otro lado, de las emisoras que no emiten a través de FM pero sí lo hacen on line, el 87% también utiliza el formato *podcast*, a excepción de una estación, que es la que supone ese 13% restante. Por último, de las veintidós emisoras analizadas el 27% de las mismas emite en exclusiva mediante *podcast*.

Por otro lado, realizamos la pregunta de si la emisión que se realiza es de 24 horas o de X horas diarias, pregunta cuyas respuestas lógicamente se corresponden con las premisas de si emiten en FM u on line de manera continua, casos en los que la emisión se realiza durante 24 horas, salvo en Radio CEU, que comparte radio on line con la agencia de noticias EFE, por lo que su horario de emisión es de unas 4 horas diarias. Si el formato utilizado

para emisión es el *podcast* en exclusividad, la emisión será de X horas diarias en el 100% de los casos analizados.

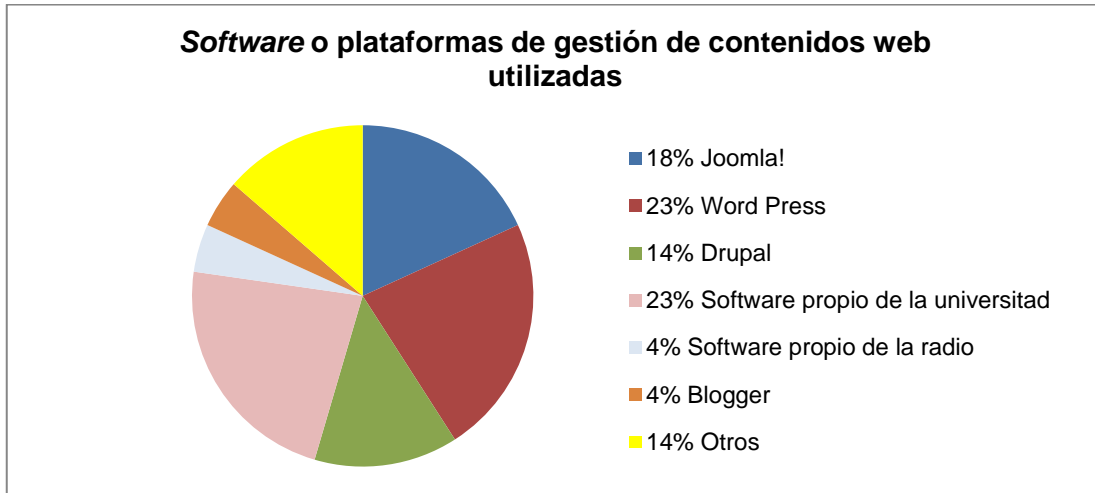


En otro orden de cuestiones, en relación al tipo de emisión, a las estaciones que lo hacen mediante la FM consultamos sobre la potencia y alcance de la antena utilizada. El alcance suele ser de área metropolitana mientras que la potencia oscila entre los 500 W y los 1.000 W, siendo un caso especial el Radio UMH con 4.500 W ya que se trata de un centro emisor más potente que se encarga de distribuir la señal a los otros tres centros emisores, situados en los distintos campus que conforman la universidad.

2.4.2- Página web de la radio universitaria

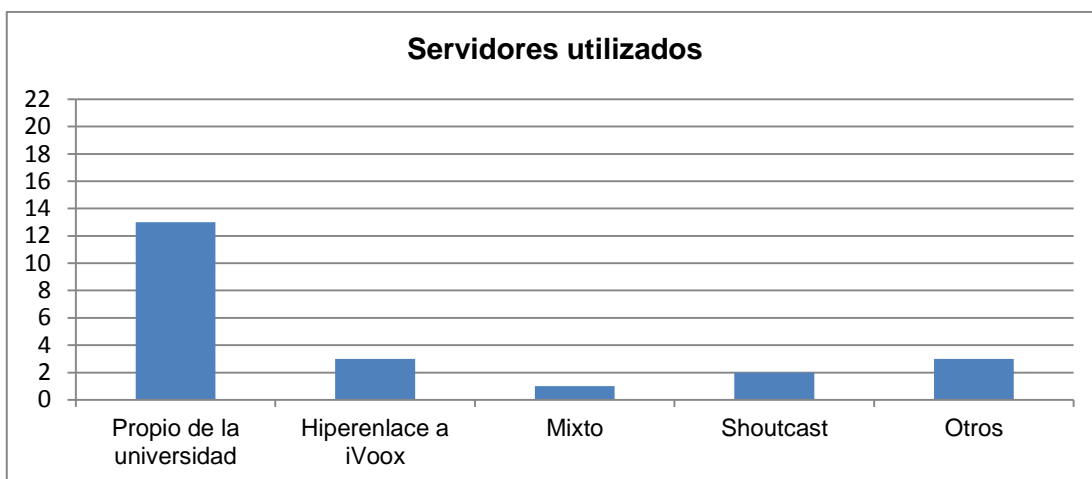
Hoy en día es de vital importancia tener una página web en la que los cada vez más cuantiosos oyentes de la radio on line puedan hacerlo. Es por ello que realizamos cuestiones relacionadas con el hecho de tener página web de la emisora, algo que se da en el 100% de los casos analizados. En este sentido, algunas poseen página propia, independiente de la de la universidad que las alberga, y otras forman parte de la misma a través de enlaces o pestañas, en cualquier caso, poniendo a la disposición del internauta la posibilidad de encontrarlas y escucharlas on line o mediante *podcast*.

Sin embargo, son varias opciones las que se manejan como *software* o plataforma de gestión de contenidos web:



Tal y como observamos en el gráfico, arrojando datos idénticos, entre *software* más extendidos para la gestión web se encuentran, por una lado, con un 23% Word Press, y también con un 23% las plataformas propias de la universidades creadas para tal efecto. Por otro lado, la siguiente plataforma de gestión web más usada en las estaciones analizadas, con un 18% de los resultados es Joomla!, situándose Drupal con un 14% justo por detrás. Señalamos que algunas emisoras tienen un *software* propio creado *ex profeso* para realizar estas funciones, lo que supone tan solo un 4% del total. Incluimos en el 14% restante otros programas utilizados para la gestión web por el resto de emisoras universitarias, entre los que se encuentran Moodle y otras mixtas.

Asimismo, las páginas web necesitan servidores donde alojar los *podcast* o mediante los que emitir on line o en *streaming*, por lo que las respuestas a la pregunta sobre cuál es el servidor que utilizan son las siguientes:

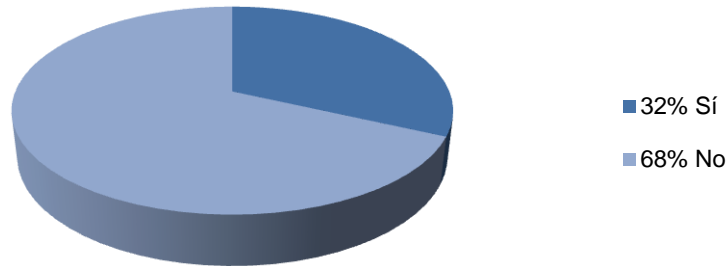


Interpretando el gráfico, podemos señalar que en la mayoría de los casos analizados, suponiendo un 59%, el servidor que se utiliza es propio de la universidad o lo suministra la misma. Otra forma de hacer llegar los contenidos a los oyentes es mediante el hiperenlace a iVoox, utilizado en el 14% de las estaciones. Entre las opciones más utilizadas, esta vez para emitir on line o en *streaming* es Shoutcast, arrojando un 9% de los datos analizados. Una de las estaciones realiza un uso mixto, utilizando el servidor propio de la universidad además del hiperenlace de *podcast* a iVoox, suponiendo un 4% de los casos. En la categoría “otros” sumando un 14%, podemos encontrar soluciones como SoundCloud, Icecast, Dinahosting o Filezilla, algunos de ellos compatibles entre sí, cuya función es, hacer llegar la radio al internauta mediante *streaming* o compartir y almacenar los *podcast* según el programa. El uso de un tipo de servidor u otro depende del tipo de emisión de cada emisora universitaria.

2.4.3- Aplicación para la escucha mediante dispositivos móviles

Con la proliferación de teléfonos inteligentes así como de otros dispositivos móviles resulta casi imprescindible la posesión de una aplicación móvil si se desea llegar a un público cada vez más tecnológico. Es por ello que preguntamos a los responsables de las emisoras de radio universitarias si la emisora posee aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles.

Aplicación propia para la escucha de la emisora universitaria a través de dispositivos móviles

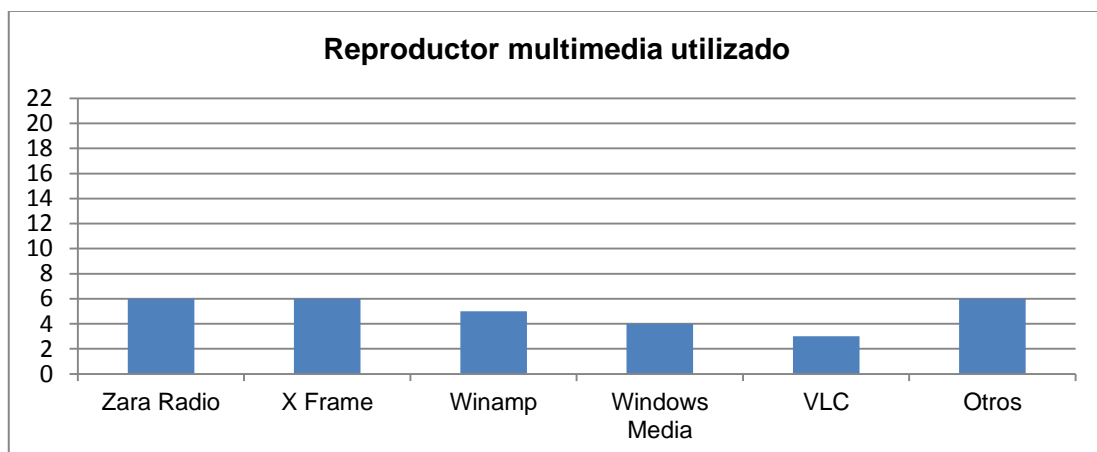


Todavía se trata de una cuestión minoritaria, ya que tan solo un 32% de los casos analizados poseen una, frente al 68% que no lo hace. En algunos de los casos están trabajando en ello, mientras que en otros la construcción y el mantenimiento de la misma se escapa al reducido presupuesto con el que cuenta la emisora.

2.4.4- Software y sistemas operativos utilizados

Hoy en día, para que una estación de radio universitaria pueda operar necesita varios programas informáticos o *software*. En una estación de radio hay que realizar escuchas de archivos entre otras labores. Para saber qué programa se utiliza en la mayoría de las emisoras universitarias para llevar a cabo esta tarea planteamos la pregunta sobre qué reproductor multimedia se utiliza en la estación.

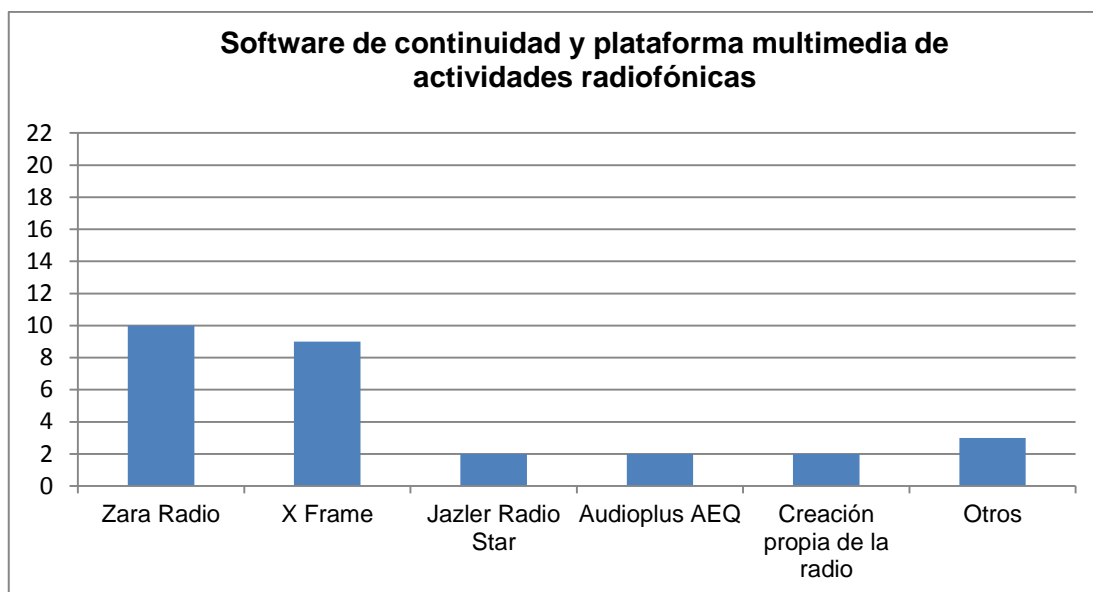
Reproductor multimedia utilizado



En las emisoras de radio hay instalados programas que permiten crear una emisora de radio así como realizar varias actividades sin cambiar de *software*. Por ejemplo, Zara Radio puede crear listas de reproducción, realizar reproducciones automáticas para horas y días específicos, preparar cuñas predefinidas para lanzarlas con un clic de ratón y utilizar archivos de sonido de varios formatos, a través de un entorno sencillo. Se trata por lo tanto de sistemas integrales multimedia, que engloban aplicaciones y herramientas para llevar a cabo toda la actividad de cualquier emisora de radio. X Frame es otro de los programas que presenta estas características, permitiendo realizar labores de continuidad a través de cartucheras en las que se van colocando los archivos por orden de salida al aire, o realizar la pre escucha de los mismos, saber cuánto tiempo queda hasta el fin del archivo que se está emitiendo, e incluso permiten la edición de audio como lo hace Dalet.

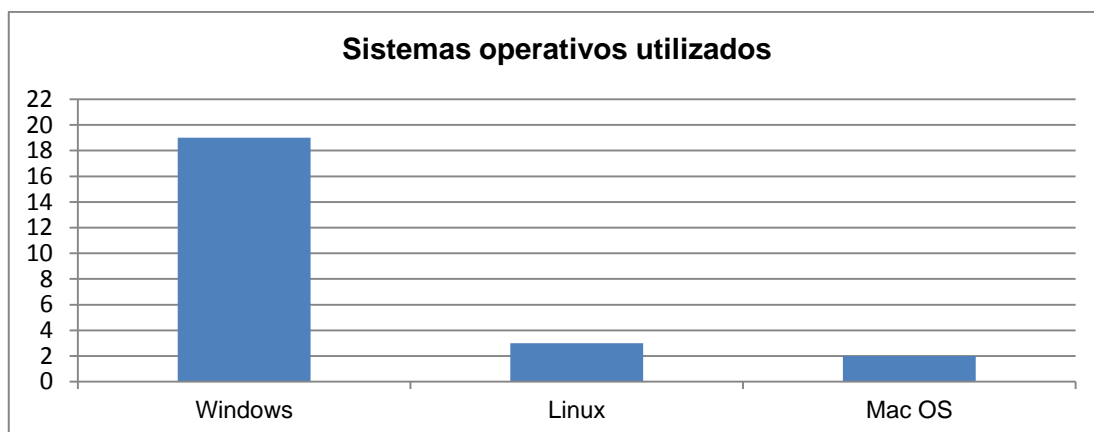
En nuestro estudio se puede observar que la labor de preescucha de archivos suele ejecutarse con el mismo programa que hace posible el resto de la radio, utilizándose en el 27% de los casos, la misma proporción que arroja el uso de XFrame. Para esta acción, las estaciones de radio hacen uso en un 22% de los casos de Winamp, y en un 18% de Windows Media Player, en un 13% de los casos VLC y en el 27% restante se hace uso de otros sistemas integrales multimedia que especificaremos a continuación.

Por otra parte, para extraer cuál es el sistema más utilizado para llevar a cabo las tareas principales de la radio, tenemos que sintetizar los resultados, puesto que hemos obtenido en muchas ocasiones respuestas múltiples, debido a que en las estaciones de radio universitarias suelen hallarse varios estudios, por lo que es posible la coexistencia de varios sistemas de estas características.

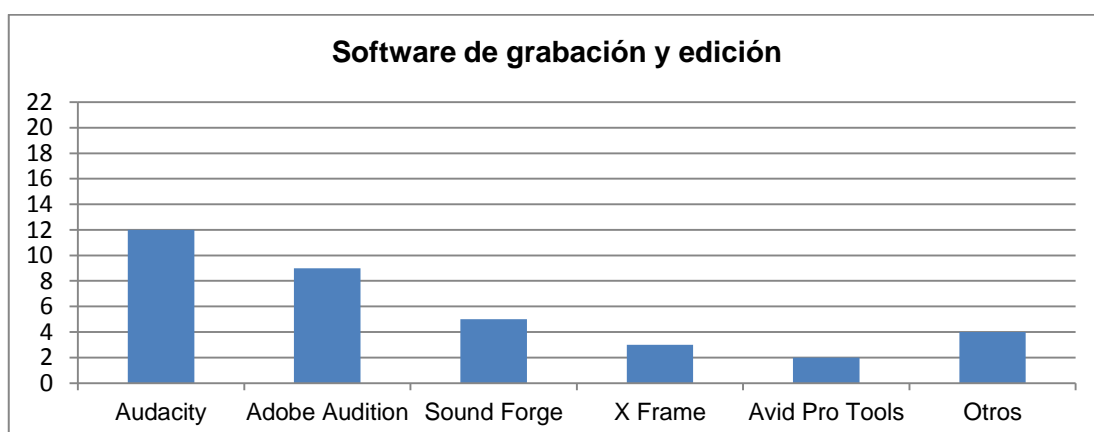


En este sentido, Zara Radio es el programa más utilizado o que más coexiste con otros programas destinados a las mismas funciones dentro de la misma emisora en un 45% de los casos, seguido de XFrame, muy popular también en las estaciones de radio comerciales profesionales, presentando un 40% de los resultados analizados. En menor medida son utilizados programas como Jazler Radio Star, en un 9% de los casos, al igual que AudioPlus (sistema de radio proporcionado por AEQ) u otros construidos por la propia emisora de radio y para la misma como es el caso de Radio TOM. En la categoría “otros” situamos programas profesionales como Dalet o GDS, así como Virtual Dj Free, usados por solo una de las estaciones en cada uno de los casos.

En la mayoría de las estaciones, arrojando un 86% de los resultados, teniendo en cuenta que en algunas emisoras se produce la coexistencia de varios sistemas operativos, tiene la supremacía Windows, seguido de Linux, con un reducido 13%, y por último el conocido sistema de Apple con un 9% de los resultados. El sistema operativo seleccionado por la emisora condiciona la compatibilidad con la plataforma multimedia elegida para las tareas propias de una radio.



En lo que a programas que ayudan a la realización de tareas consultamos a los responsables por el *software* de grabación y edición más utilizado en la estación de radio universitaria.



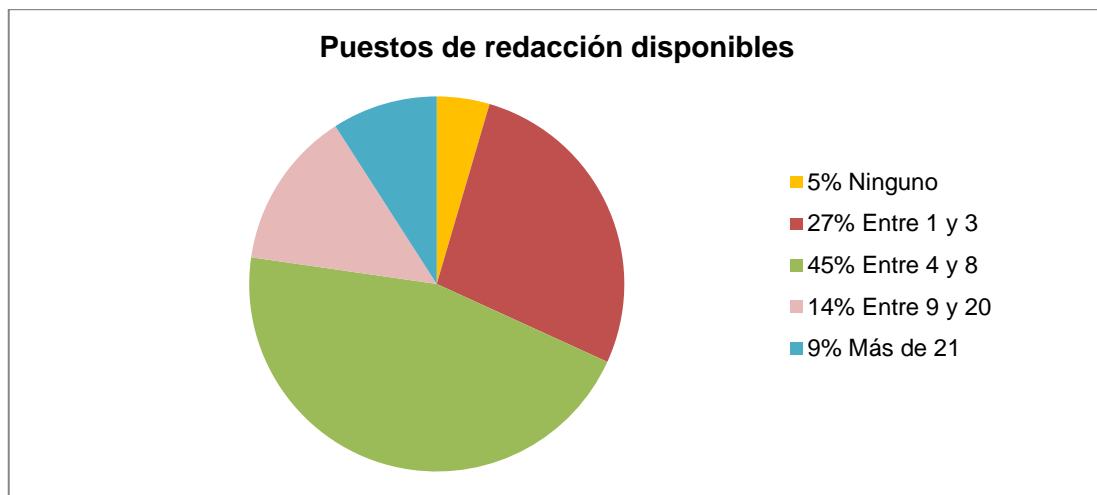
Como podemos observar, el programa elegido para la grabación y edición de audio es el *software* libre Audacity, utilizado tanto como programa principal para esta actividad o secundario en el 54% de las estaciones, seguido de Adobe Audition con el 40% de los resultados. Hay que tener en cuenta que, al igual que en las cuestiones anteriores, se produce en muchos de los casos la coexistencia de varios programas comparten las mismas funciones. Como programa profesional de edición de audio, Sound Forge se encuentra en tercer lugar de este *ranking* obteniendo un 23%, seguido de X Frame, que también edita en el mismo entorno. Avid Pro Tools es utilizado en el 9% de los casos. En la categoría “Otros” hemos unido diferentes programas utilizados por una minoría, como son AudioPlus de

AEQ, Sony Vegas, Wavelab o Dalet, que gozan de menos popularidad entre las estaciones de radio universitarias.

2.4.5- Puestos de redacción disponibles en las emisoras de radio universitarias

En una estación de radio es habitual encontrar varios puestos con equipos informáticos destinados a la redacción de contenidos e incluso dotados de programas que permiten la edición de audio. Nosotros hemos consultado cuántos puestos hay habilitados para la realización de estas tareas en las radios universitarias.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que en algunas de ellas se considera que los puestos de redacción están ubicados en las propias aulas, por lo que el número que arrojan es muy superior al de las estaciones que tienen sitio físico para que los redactores trabajen en la propia redacción de la estación de radio. En algunas universidades es obligatorio que los estudiantes tengan un ordenador portátil propio, por lo que, en estos casos, la existencia de puestos de redacción físicos en la estación no resulta imprescindible.



Como podemos observar, en la mayoría de las emisoras analizadas, con un 45%, los puestos disponibles que hay para redacción oscilan entre los 4 y

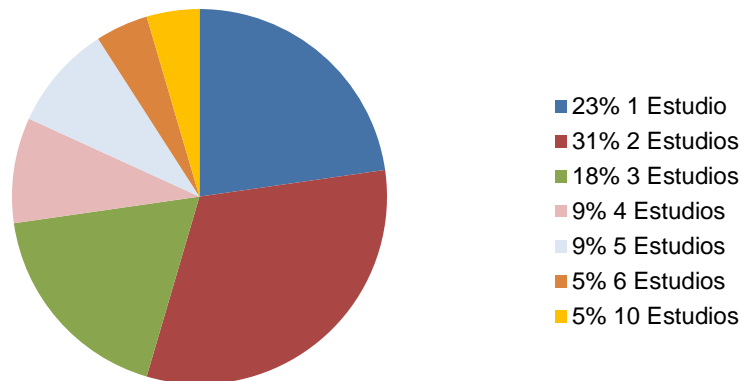
8, mientras que en tan solo uno de los casos suponiendo un 5% del total, no se dispone de ningún puesto para realizar estas tareas.

2.4.6- Estudios disponibles en las emisoras de radio universitarias

El estudio, tanto si se dedica en exclusiva a grabaciones o a directo, es un área imprescindible que debe estar bien equipada en una emisora de radio. En las estaciones de radio universitarias, es interesante obtener una idea de cuántos estudios son necesarios, en la mayoría de los casos, para poder llevar a cabo correctamente la tarea de formar a los estudiantes en materia radiofónica así como de trabajar de una manera apropiada. Hay que tener en cuenta que en algunas emisoras la afluencia de estudiantes así como de colaboradores es mayor, por lo que las necesidades de espacios de este tipo son superiores. Por otro lado, hay estaciones que tienen espacios propios para uso de la radio y espacios compartidos que se usan conjuntamente para radio y docencia, en estos casos, como es lógico, el número de estudios contabilizados es superior. En los casos en los que existe más de un estudio disponible, lo habitual es que uno de ellos se utilice de manera continuada para realizar programas en directo, dejando disponibles los restantes para grabaciones.

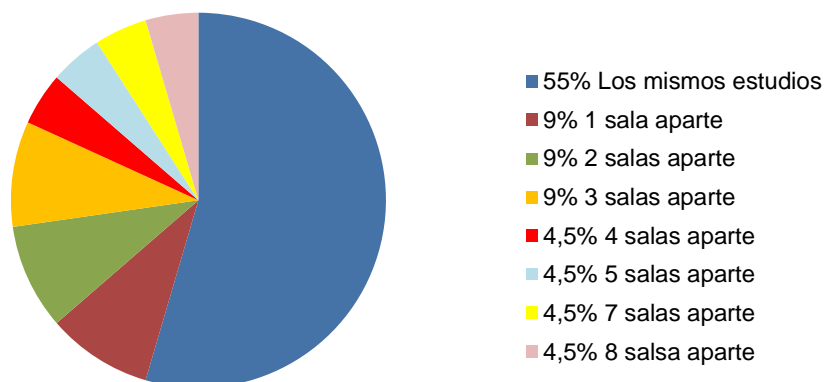
En datos generales, a través de esta investigación obtenemos que, en un 31% de los casos existe la posibilidad de hacer uso de dos estudios, mientras que en el 23% la radio universitaria dispone de un único estudio. Es posible también que en este tipo de emisoras puedan contar con tres estudios, representadas por un 18% del total de estaciones analizadas. Son pocos los casos en los que se dispone de más espacios de este tipo, contabilizándose en un 9% respectivamente las que tienen la posibilidad de usar cuatro y cinco estudios, y suelen coincidir con los casos de las radios en las que la docencia está unida a la estación de forma reglada a través de las asignaturas. El caso que más estudios disponibles para el uso compartido entre docencia y emisora de radio universitaria es Radio URJC, que posee diez espacios de este tipo en total, cinco en cada campus.

Estudios disponibles para la estación de radio universitaria

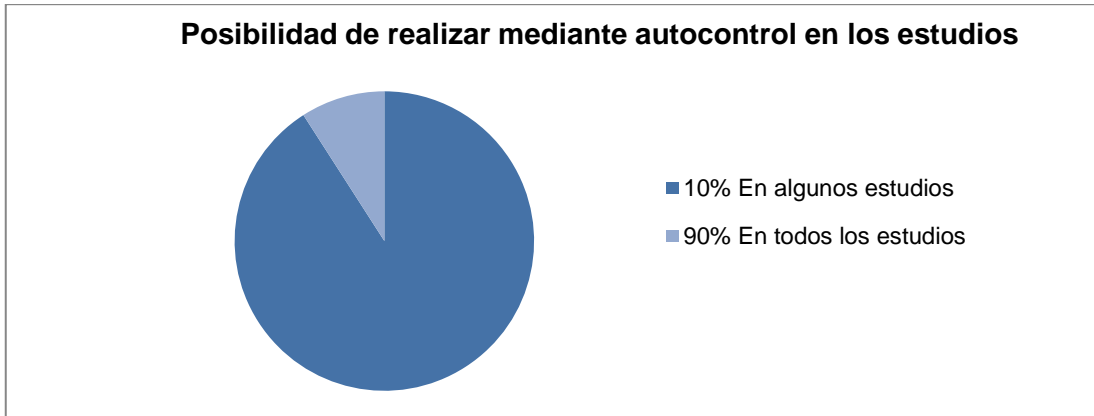


Por otra parte, consultamos cuántas salas para realizar tareas de grabación y edición hay disponibles en las estaciones, también denominadas salas o estudios de producción desde los que no se tiene la posibilidad de emitir en directo. En la mayoría de los casos se utilizan los mismos estudios como hemos señalado anteriormente, capacitando todos los espacios para poder realizar una emisión en directo en cualquier momento, presentándose esta configuración en el 55% de los casos. Por otra parte, sumando el 27% de los casos las estaciones poseen además entre una y tres salas aparte de los estudios habilitados a estos efectos, mientras que en el resto de los casos, suponiendo un 18% las estaciones de radio universitarias que poseen entre cinco y ocho.

Salas de grabación o producción disponibles



Otra posibilidad relacionada con los estudios de grabación es la de poder realizar autocontrol desde los mismos, opción que brindan los estudios pensados para realizar radiofórmula musical, por ejemplo. En este sentido, la mayoría de emisoras de radios universitarias están configuradas para que se pueda realizar mediante autocontrol en todos los estudios.



2.4.7- Grabadoras disponibles

Para acabar el apartado dedicado a estructura técnica e infraestructura de las emisoras de radio universitarias españolas hemos consultado qué número de grabadoras hay disponibles para el trabajo diario en la estación. En este caso también hay emisoras que comparten dicho material con la docencia, así como estaciones que tienen asignado un número determinado de equipos a tal efecto que son de su responsabilidad.



Como podemos observar, en la mitad de los casos analizados las estaciones tienen a su disposición entre una y cinco grabadoras, mientras que en el 27% de los casos tienen disponibles entre seis y diez, siendo un 14% de las estaciones analizadas las que disponen de entre once y quince equipos para ello. Una excepción es InfoRadio UCM, que dispone de sesenta, mientras que una sola estación de las analizadas no posee ninguna.

2.5- Programación de las emisoras de radio universitarias

Mediante las preguntas que hemos realizado en este apartado pretendíamos obtener un esquema general del estado de las parrillas de las estaciones en la actualidad. Es por ello que nuestra intención no ha sido introducirnos en profundidad en la tipología de programas que emite cada estación, sino más bien obtener un punto de vista global de la intención programática, para poder establecer conclusiones generales en este sentido.

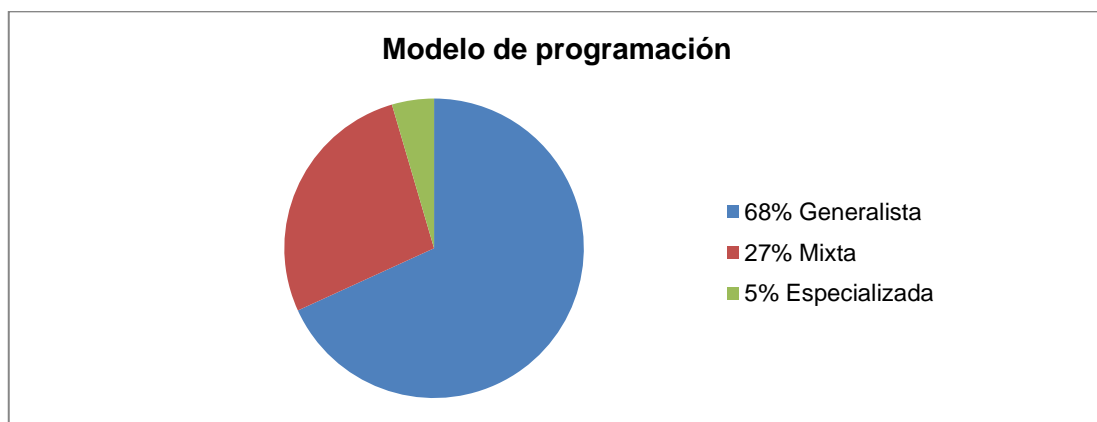
2.5.1- Radio universitaria generalista, especializada o mixta

Es importante contemplar el tipo de programación que se emite en las estaciones de radio universitarias, para poder elaborar un modelo de emisora formativa. Moreno (2005: 68-70) realiza una síntesis a través de las investigaciones de otros autores en la que especifica el concepto de radio generalista. Para la autora es una radio que ofrece información, ideas, un medio de actualidad, la radio clásica de programas variados cuyo objetivo es atraer en cada momento al mayor número de oyentes, con función informativa, entretenimiento, de formación articulada especialmente en torno al concepto del programa contenedor o magazín. Por otro lado, Moreno expone que el concepto de radio especializada es “la estrategia empresarial y programática que se basa en la comunicación e/o información de un área del conocimiento determinada para apelar a un segmento específico de la audiencia potencial de la emisora con un producto radiofónico exclusivo”. Indica que este modelo de radio se caracteriza por la sectorización de los contenidos y la segmentación de la audiencia que centra su relato en unos

contenidos monotemáticos, que puede completar con otros de menor presencia en la antena y adapta su narrativa a un tipo de oyente que puede ser o no especializado, pero que sí está segmentado (target) previamente por la emisora.

Una estación de radio puede definirse entonces a grandes rasgos como emisora generalista o emisora especializada, pero en el caso de las estaciones de radio universitarias además nos encontramos con que los entrevistados apuntan hacia la existencia de un modelo mixto entre las dos opciones.

Como se observa a continuación en el gráfico, mantiene la supremacía el modelo generalista con un 68% del total de estaciones analizadas, seguido del modelo mixto, siendo tan solo una estación, la 98.3, la que se manifiesta especializada-musical.

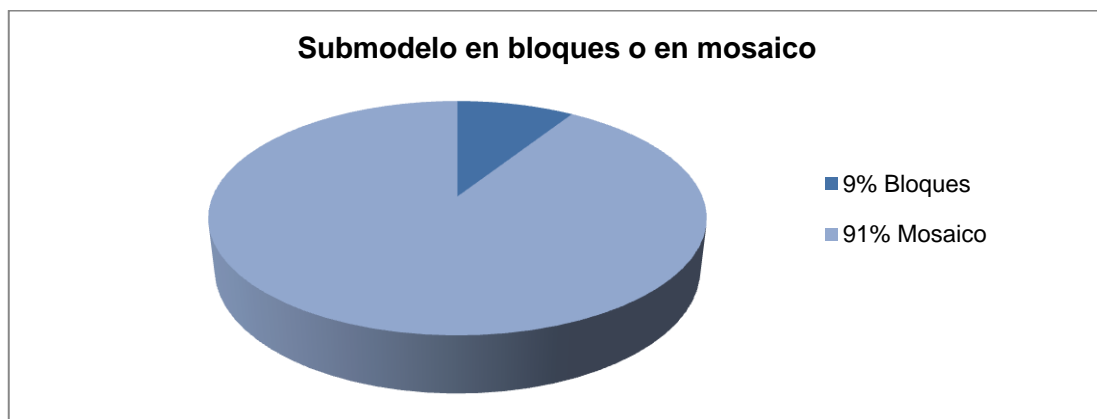


En relación a la programación, hemos consultado a los responsables de las estaciones si la distribución de los programas que emiten se realiza en bloques o en mosaico, contemplándose la emisión en bloques como un único programa con diferentes contenidos o secciones, o en mosaico que se refiere a la emisión de diferentes programas uno tras otro.

Las definiciones de estos submodelos responden a los criterios de continuidad:

A lo largo de la historia, la estructura de la radio generalista ha atendido al submodelo mosaico, por bloques y en continuidad. La estructura mosaico corresponde a la yuxtaposición de unos programas de corta duración junto a otros para ir creando la programación. La de bloques corresponde a segmentos horarios de entre tres y cuatro horas de duración de acuerdo a los hábitos sociolaborales de una audiencia variada, hay unidad y coherencia entre la diversidad de contenidos y temas que se exponen dentro del bloque. La estructura de bloques y su derivación hacia la de continuidad es un fenómeno unido a la consolidación de los grandes magazines de la radio generalista española. (Moreno, 2005: 90)

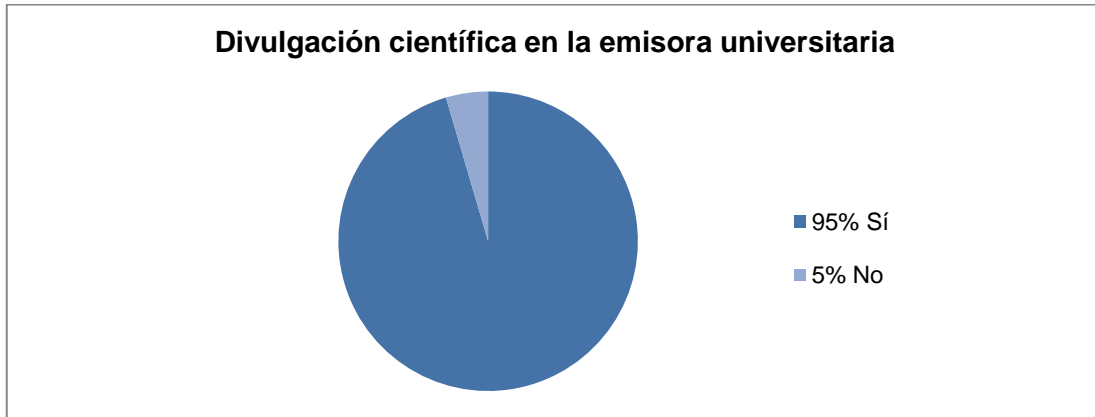
En esta ocasión los resultados aportan que la gran mayoría de las estaciones hacen uso del submodelo de programación en mosaico, tal y como se muestra en el gráfico.



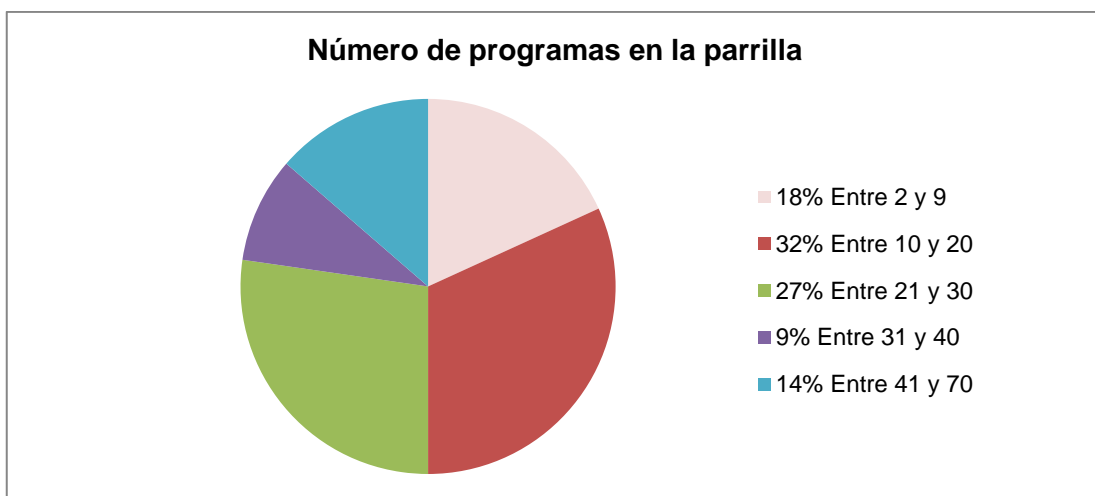
2.5.2- Divulgación científica en las estaciones de radio universitarias

La universidad por definición es la cuna de la investigación donde tienen lugar los hallazgos científicos que nos ayudan a comprender el mundo en que vivimos así como a avanzar hacia el futuro. Por ello, hemos consultado a los responsables de las estaciones si se contempla la divulgación científica como parte fundamental de la programación que debe ofrecer una estación de radio universitaria. De sus respuestas obtenemos que en la gran mayoría de

emisoras se observa como contenido habitual, siendo tan solo una de las estaciones la que no lo hace.

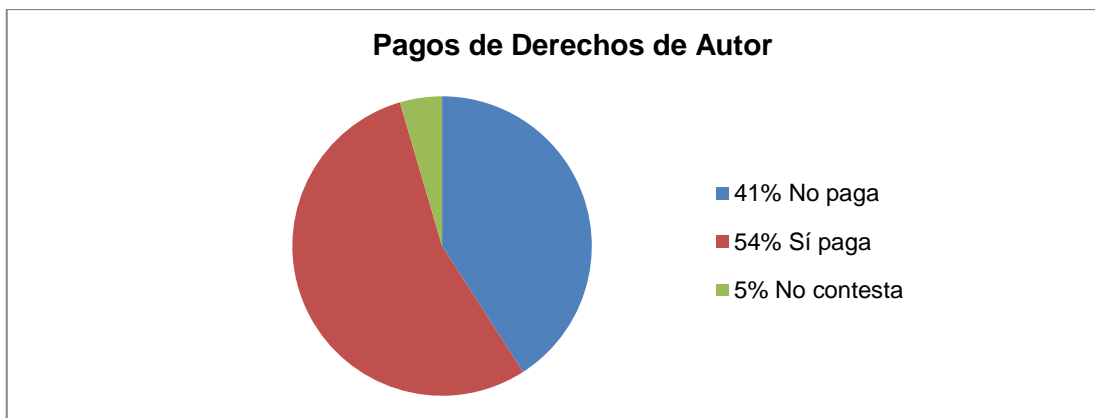


Por otra parte, el número de programas ofertados en la parrilla de cada emisora de radio universitaria varía, como en otras ocasiones, en función de las personas que acuden a la radio regularmente para ello. El 32% de las estaciones, mantiene en su parrilla entre diez y veinte programas por temporada, mientras que un 27% lo hace en una horquilla de entre veintiuno y treinta, seguido del 18% de estaciones que mantiene entre dos y nueve, siendo las que menos programas ofrecen a sus oyentes. Solo un 9% ofrece entre treinta y uno y cuarenta programas, siendo el 14% restante las estaciones que albergan entre cuarenta y uno y setenta programas en su parrilla.



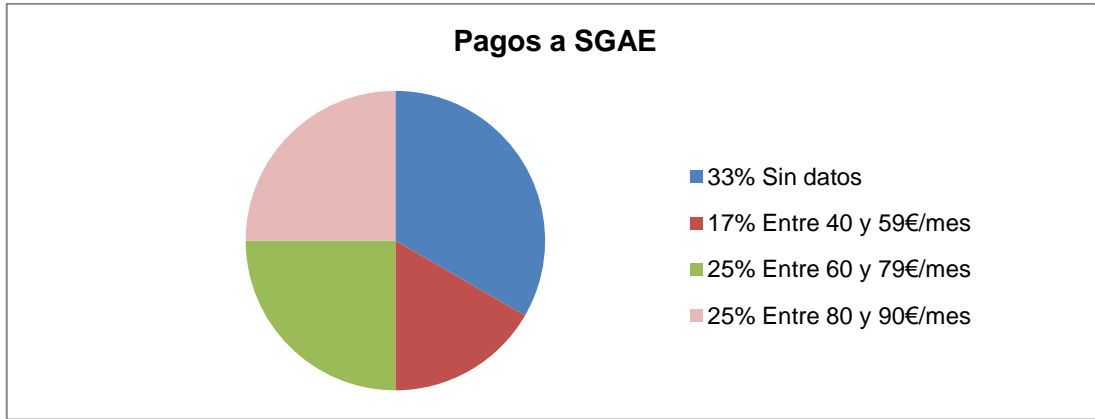
2.5.3- Derechos de autor

La ley no ampara a las estaciones universitarias en España, como ya hemos señalado anteriormente, en lo que a FM se refiere pero el vacío legal es mayor cuando abordamos el caso de la emisión on line. En este sentido existe un gran desconcierto en las estaciones de radio consultadas a tal efecto, pues en algunos casos se muestran convencidas de que no tienen por qué pagar derechos de autor porque emiten por internet o porque son culturales sin ánimo de lucro, o porque el gabinete jurídico de la universidad ha decidido que no hay cimientos legales que obliguen a realizar dichos pagos. Hemos extremado la discreción en este aspecto, señalando los resultados obtenidos sin mencionar casos concretos, debido a lo delicado del asunto.



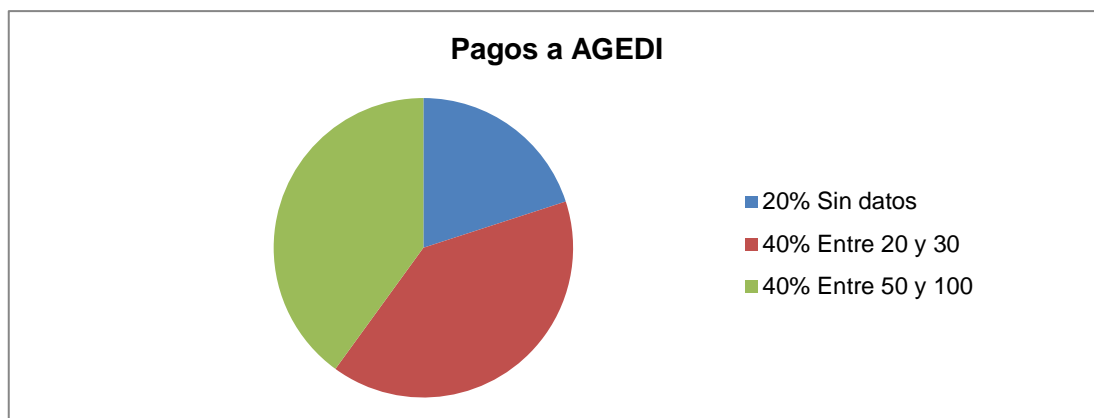
Como podemos observar, algo más de la mitad de las estaciones con un 54% proceden a realizar pagos mensuales a las asociaciones que gestionan los derechos de autor en España, bien sea a la Sociedad General de Autores de España (SGAE) o a la Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI), frente a un 41% que no lo hace. Tan solo una estación no contestó a la pregunta. Desglosando los datos anteriores obtenemos que solo un 23% de las estaciones realizan pagos mensuales tanto a SGAE como a AGEDI, optando algunas de estas estaciones por realizar pagos mensuales solo a SGAE, pero nunca solo a AGEDI.

Abordamos ahora los casos arrojados por el 54% de las estaciones que abonan pagos en concepto de derechos de autor, en concreto los realizados a SGAE:



Como podemos observar, el 33% de las estaciones no ha aportado datos económicos que indiquen qué cuantía económica alcanza la cuota mensual realizada a SGAE, sin embargo, se puede observar que las cantidades varían en función de la negociación realizada con el representante local de dicha asociación de autores. Siendo así, calculamos que en 25% de las estaciones que pagan derechos de autor lo hace por valor de entre 60 y 79€ mensuales, mientras que otro 25% lo hace por un importe de entre 80 y 90€ mensuales. El 17% restante abona entre 40 y 59€ al mes, siendo los que abonan la cuota más baja.

Del total de estaciones analizadas, como hemos comentado anteriormente, un 23% realiza pagos a SGAE y a AGEDI. Abordamos ahora las cuantías que abonan en concepto de derechos de autor a AGEDI, las estaciones de radio universitarias españolas analizadas en esta investigación:



Como podemos observar, arrojando un 40% de los casos las estaciones universitarias abonan a AGEDI entre 20 y 30€ mensuales, mientras que el otro 40% aporta por el mismo concepto entre 50 y 100€ al mes. El 20% restante no ha aportado datos para esta investigación.

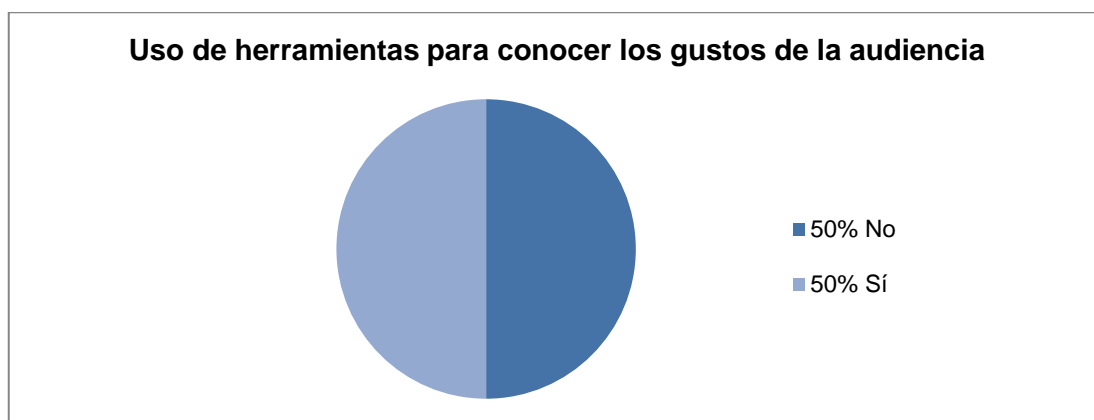
2.5.4- Conocimiento de la audiencia para la elaboración de la programación

Para completar este apartado dedicado a la programación de las estaciones de radio universitarias, hemos consultado a los responsables de las mismas si utilizan alguna herramienta que les indique cuáles son los gustos de la audiencia de la radio universitaria, es decir, si llevan a cabo algún tipo de estudio, sondeo o encuesta que les ayude a elaborar una programación acorde con que el oyente desea escuchar. Las respuestas en este sentido ofrecieron una división simétrica, contestando afirmativamente el 50% de las estaciones analizadas, y negativamente el resto.

Resulta complicado medir la audiencia en estaciones que son legales, como ya hemos señalado anteriormente, lo que también ocurre en las estaciones que emiten a través de internet. Las radios universitarias que han respondido de manera afirmativa han manifestado que las herramientas utilizadas para ello son Google Analytics, las estadísticas de visitas y

descargas que proporcionan plataformas como SoundCloud, iVoox o YouTube, así como la retroalimentación obtenida mediante las redes sociales.

Las que presentan un formato más elaborado son dos estaciones: en primer lugar la 98.3, perteneciente a la Universidad de Navarra y la única de las estaciones de radio universitaria con licencia comercial, que además forma parte de un estudio de medios llevado a cabo por la empresa CIES. En segundo lugar, Radio UniZar.es obtiene resultados de encuestas sobre estos términos que se ejecutan desde el Rectorado de la Universidad de Zaragoza, cada año.



2.6- La audiencia en las estaciones de radio universitaria

En el apartado anterior, con la pregunta dirigida a saber si se tienen en cuenta los gustos de la audiencia a la hora de preparar la programación de las estaciones de radio universitarias, ya podíamos intuir los resultados que arrojaría debido a la serie de preguntas que hemos dedicado a la consulta sobre el número de oyentes habituales de la emisora. Presentamos a continuación las preguntas con sus respectivas respuestas.

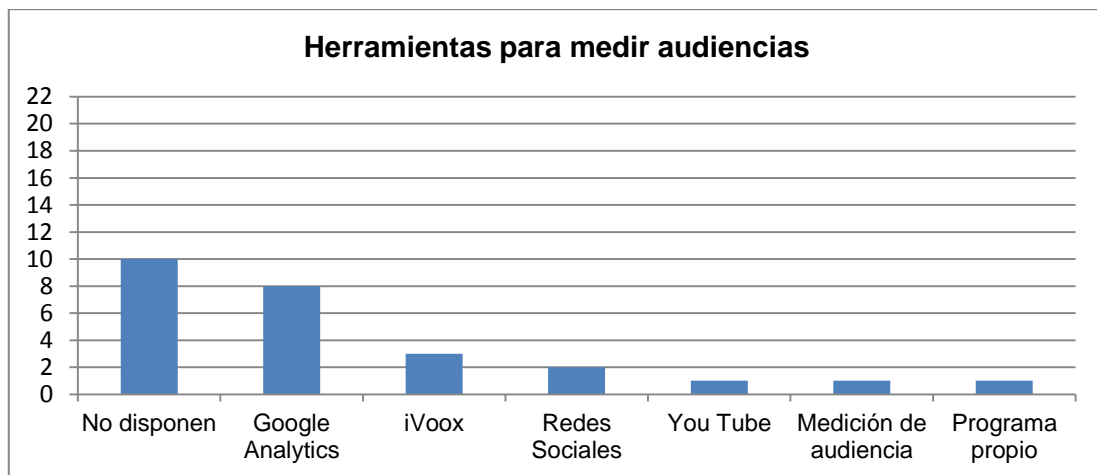
2.6.1- Audiencia aproximada e instrumentos de medición

La cuestión planteada, sabiendo que en la mayoría de los casos se encuentra difusa en la mayoría de las estaciones, se expuso a los

entrevistados de la siguiente forma: Aproximadamente, ¿qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo?

En cuanto a la pregunta sobre audiencia estimada, tan solo cuatro estaciones se atrevieron a ofrecer resultados, lo que supone un 18% del total. En este sentido, la emisora 98.3, con datos proporcionados por la empresa CIES que mide las audiencias en Navarra, indica que posee entre 5.000/6.000 oyentes de media. Por otra parte, el responsable de Radio USJ indica que la audiencia de esta estación varía entre los 200 y 300 oyentes de *podcast* semanales, Radio CEU con estimaciones a través de estadísticas de YouTube indica que unos 20/25 oyentes de *podcast* diarios y, finalmente, en UniRadio Jaén se estima que la audiencia media de la estación oscila entre los 5.000 y los 15.000 oyentes, sumando cada una de las plataformas que ponen a disposición de los mismos los contenidos de la radio. Podríamos decir que como sondeo, no obtenemos resultados definidos.

En cuanto a los instrumentos que las estaciones usan para poder averiguar qué audiencia pueden tener, tratando los resultados como multirespuesta, las herramientas mencionadas son:



Como podemos observar, en la mayoría de los casos, que suman un 45%, no se dispone de medios para poder observar estos datos, mientras que la mayoría restante sí que lo intenta de alguna forma. Utilizan Google

Analytics, instrumento que mide la interacción del usuario con la página, con el 36% de la muestra. Por otra parte iVoox también muestra número de escuchas y descargas, por lo que es una herramienta utilizada por el 13% de la muestra para este fin. Un 9% hace un seguimiento a través de las redes sociales, guiándose en este concepto mediante la retroalimentación, mientras que un 5% se basa en los datos que arroja YouTube. Como ya hemos comentado anteriormente la 98.3 está adscrita a un estudio de medios que se realiza en Navarra que proporciona datos exactos, y por último, Radio UMH dispone de un programa propio para la medición de visitas web.

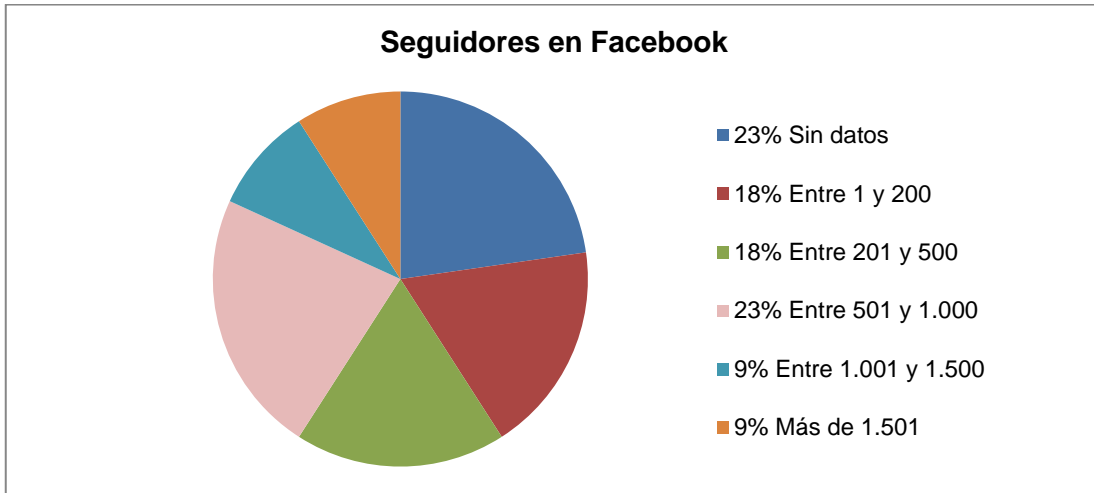
En cuanto al número de visitas a la web y descargas de *podcast*, de las estaciones que llevan a cabo algún tipo de seguimiento, hemos obtenido resultados procedentes de distintos tipos de mediciones realizadas con herramientas diferentes, que aportan información sobre lapsos de tiempo que no son los mismos, por lo que no hemos obtenido datos exactos con los que elaborar una estadística.

2.6.2- Repercusión en las redes sociales

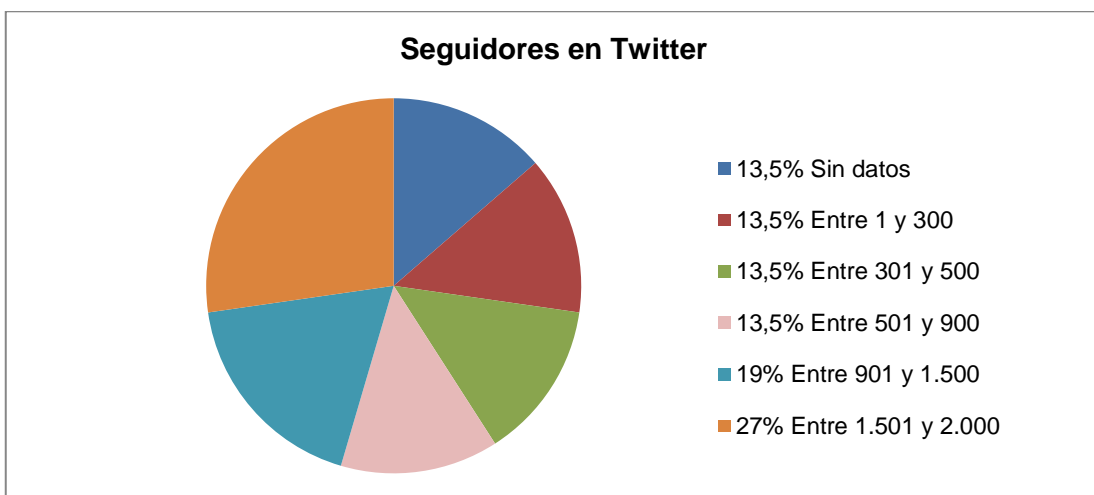
Hemos realizado un recuento a través de la página de Facebook y el perfil de Twitter de cada una de las estaciones, ejecutado el día 12 de marzo de 2.015 para averiguar la repercusión obtenida en las redes sociales de las estaciones de radio analizadas. En este sentido, obtenemos que el 23% de las estaciones analizadas no tiene datos porque o bien los perfiles de las redes sociales pertenecen a la propia universidad, y por lo tanto no se pueden rescatar resultados independientes que pertenezcan a la estación de radio, o bien pertenecen a un grupo de medios de comunicación universitario, por lo que nos encontramos ante el mismo problema que en el caso anterior.

Por otro lado, un 23% de las estaciones analizadas tiene entre 501 y 1.000 “me gusta” en la plataforma Facebook, mientras que un 18% tiene entre 1 y 200, y otro 18% entre 201 y 500. Tan solo un 9% del total presenta entre 1.001 y 1.500 “me gusta”, quedando un 9% restante con más de 1.501 me

gusta, batiendo records, en este sentido, las radios universitarias UniRadio Jaén con 3.495 me gustas y UniRadio Huelva con 5.612.

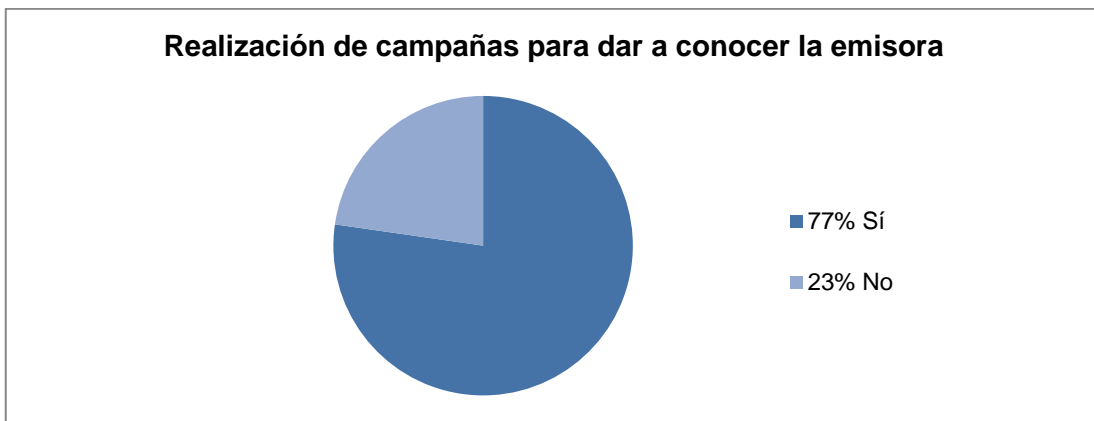


En Twitter, por otro lado, medimos el número de seguidores, obteniendo que un 27% de las estaciones analizadas tienen entre 1.201 y 2.000 seguidores siendo las que más tienen, y se sitúan por detrás un 19% de las emisoras que tienen entre 901 y 1.500. El resto se reparte entre 1 y 900 con resultados muy similares. Tan solo un 13,5% de las radios universitarias analizadas no tiene cuenta de Twitter por los mismos motivos por los que no tiene cuenta de Facebook propia.



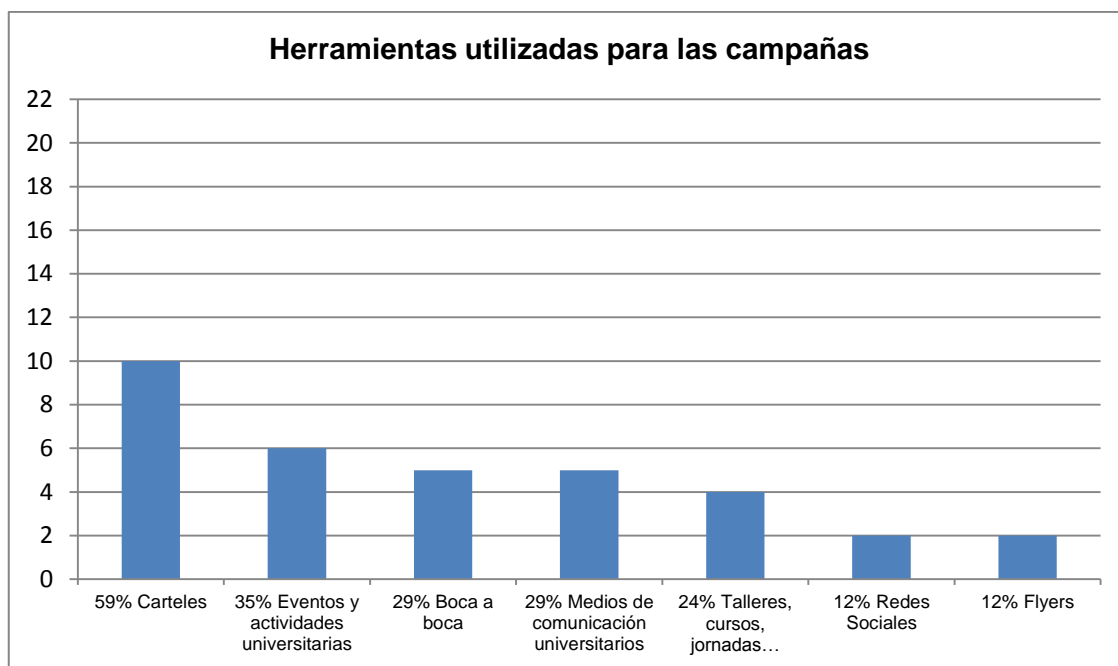
2.6.3- Campañas para dar a conocer la emisora de radio universitaria

Para este apartado hemos consultado si se realiza o no algún tipo de promoción o campaña para dar a conocer la estación de radio universitaria y de qué manera. El 77% de los responsables de las estaciones analizadas afirma que se realiza algún tipo de campaña para dar a conocer la emisora, mientras que el 23% indica lo contrario.



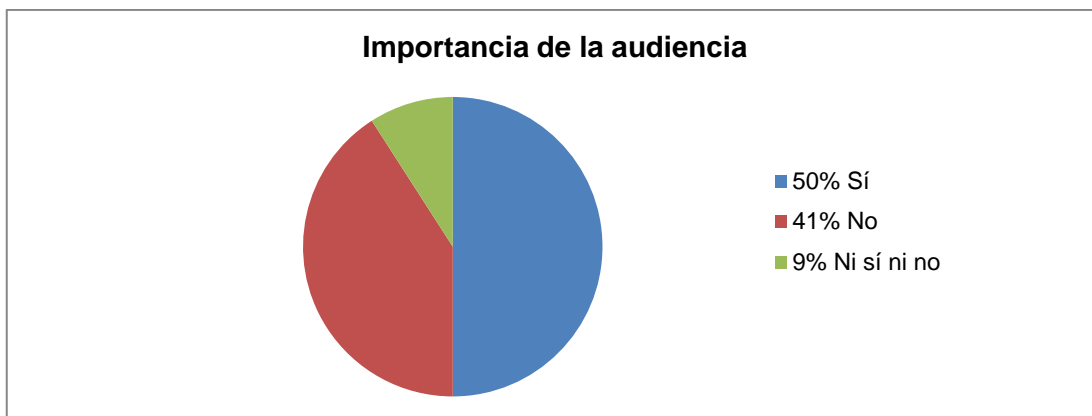
De las estaciones analizadas que sí realizan campañas para dar a conocer la emisora extraemos que utilizan las siguientes herramientas:

Teniendo en cuenta la propiedad de ser multirespuesta de la pregunta, en la mayoría de los casos, suponiendo un 59%, esta labor se realiza con el uso de carteles, mientras que en el 35% de los casos se sitúa la promoción de la radio en eventos y actividades universitarias. En el 29% de las estaciones se confía en el poder del boca a boca entre las personas para conseguir este objetivo. En un 29% de las emisoras analizadas se realiza la promoción de la misma mediante el uso de los medios de comunicación propios de la universidad entendidos como boletines electrónicos, campus virtual o la web corporativa. También se utiliza como medio para dar a conocer la radio universitaria *trainings* o cursos que se realizan a principio de cada curso académico con la intención de captar posibles colaboradores o voluntarios. Por último se tiene en cuenta para este fin el uso de las redes sociales, sumando un 12% y el reparto de *flyers* con otro 12%.



2.6.4- Importancia de la audiencia para la emisora de radio universitaria

En este apartado hemos preguntado a los responsables de las estaciones si el concepto de audiencia es importante para la emisora de radio universitaria. Hemos agrupado las respuestas en función de si son negativas o positivas en lo que se refiere a esta pregunta. De esta forma hemos obtenido que para el 50% de las estaciones el concepto de audiencia, o la audiencia que pueda tener la estación no es importante para su desarrollo diario, mientras que para el 41% de los responsables entrevistados, la audiencia sí es un elemento importante a tener en cuenta. En la mayoría de los casos, en los que sí se tiene en cuenta, los entrevistados precisan que no se hace desde un punto de vista comercial, pero sí desde el punto de vista de la misión de la radio, como medio de comunicación para llegar a las personas. Un 9% no contesta ni afirmativa ni negativamente a la pregunta, por lo que lo planteamos como un “ni sí ni no”.



Mostramos a continuación algunas de las respuestas recibidas para esta cuestión, que reflejan el pensamiento general que ha caracterizado esta consulta.

Sí. Nos importa la audiencia que busca contenidos diferentes y reflexivos, diferente a los contenidos de los medios convencionales. Hay bastante *feedback*, no nos importa el carácter cuantitativo. De hecho animamos a los voluntarios de los programas a tener el blog de programa, su propio Twitter, etc. No estamos incluidos en ningún estudio de audiencia.¹³⁵

Sí, para todo medio de comunicación es importante, lo que pasa es que es relativo. No tenemos que conseguir publicidad. Nosotros tenemos esa vertiente formativa y social, por lo que admitimos propuestas de todo tipo que no tienen cabida en emisoras comerciales. Es importante porque el trabajo que hacemos debe llegar al público pero no es algo que nos obsesione.¹³⁶

De forma mercantil no, pero en cuanto a la visibilidad sí. Trabajamos y nos esforzamos para ello, sacamos buenos temas y de calidad, si eso no llega a la gente nos frustra. Sí que es importante difundir las investigaciones que se llevan a cabo en la universidad e incluso las actividades culturales vinculadas.¹³⁷

¹³⁵ Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹³⁶ Aparisi, M. C. (22 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Vox UJI Ràdio. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹³⁷ Castelló, R. (4 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio Universitat. (R. Pinto, Entrevistadora)

No. Realmente no. No es algo que nos preocupe. Queremos que nuestros chicos mejoren. Tenemos un marcado carácter docente y formativo.¹³⁸

El concepto de audiencia tiene una importancia relativa en una emisora comunitaria. No es premisa fundacional tener un mayor número de oyentes (para eso están las radios comerciales). El concepto de audiencia en UniRadio Jaén incide, sobre todo, en la necesidad de crear un espacio y foro de debate, cobra un sentido comunitario, materializándose en la acción social y la divulgación científica, como servicio público.¹³⁹

2.7- Código deontológico y libro de estilo

Para poder cumplir nuestros objetivos ha sido necesario realizar una consulta a los responsables de las estaciones sobre si poseen documentos como un código deontológico en el que deban basarse los participantes en la estación de radio así como un libro de estilo que marque el carácter de la emisora. Presentamos los resultados a continuación.

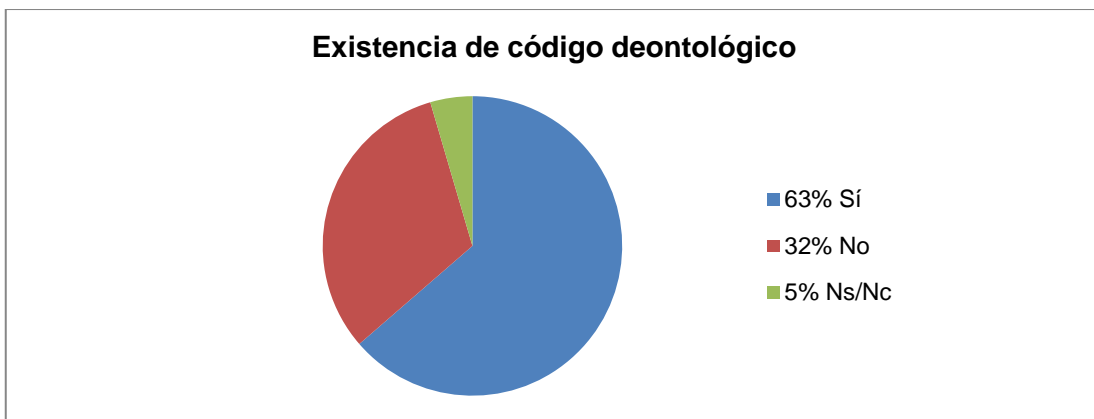
2.7.1- Código deontológico

En el ejercicio de la profesión de la comunicación se hace necesaria la existencia de un código deontológico en el que encontrar los principios y normas que debe seguir una persona que trabaja en un *mass media*. Es sabido que las grandes empresas de comunicación españolas facilitan a sus trabajadores un código en el que se refleja el buen hacer esperado en su día a día y en los contenidos que proporcionan. Esta premisa nos lleva a consultar a los responsables de las estaciones por la existencia o no de algún tipo de manual que se pueda asemejar o que sea propiamente un código deontológico.

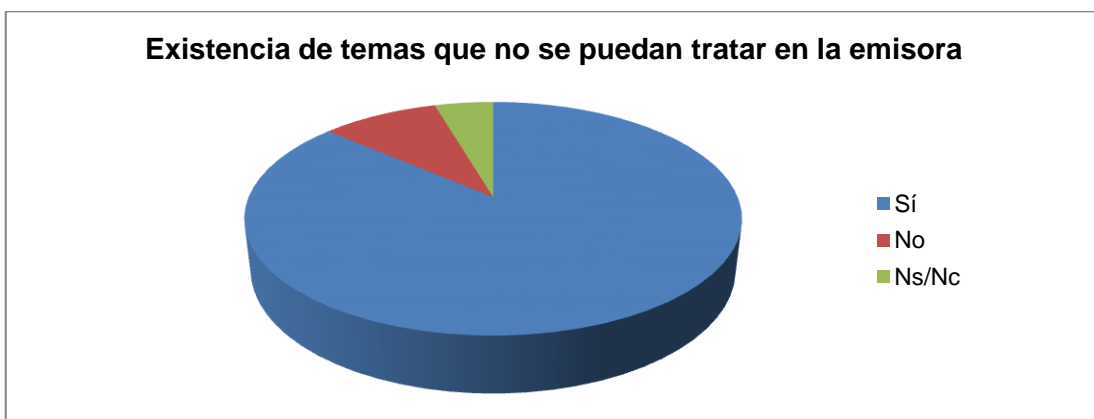
¹³⁸ García, I. M. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora iRadio UCAM. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹³⁹ Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Entrevista Director UniRadio Jaén. (R. Pinto, Entrevistadora)

El 63% de las estaciones analizadas tienen algún tipo de documento que se asemeja a un código deontológico, en el que los colaboradores y estudiantes encuentran nociones sobre esta materia. Estos documentos tienen varias nomenclaturas, según la radio universitaria: “Decálogo del buen locutor”, “10 buenas prácticas”, “libreto”, “reglas de la emisora”, “bases de la radio” o “código ético”. En el resto de estaciones, con un 32% sus responsables manifiestan que no hay documento propio alguno que se pueda consultar en la emisora de estas características, quedando un 5% restante sin dar respuesta a la cuestión.



En relación a esta materia consultamos a los responsables por la existencia de temas que no se puedan tratar en la emisora. A este aspecto, el 86% de los entrevistados respondieron que no, siempre y cuando se trataran de forma correcta, un 9% respondieron que sí, aludiendo a temas de *pseudociencia* en una ocasión y en la otra la tauromaquia, correspondiendo a un 5% el porcentaje que no respondió a la pregunta.



Por otra parte, hemos consultado si existe en las estaciones de radio analizadas una línea editorial definida. En este caso, el 77% de los entrevistados afirmaron que no, asumiendo en algunas ocasiones el propio reglamento o plan estratégico de la universidad como línea a seguir, mientras que el 18% formularon una respuesta positiva, refiriéndose a la línea religiosa que sustenta la existencia de la universidad que alberga la emisora en unos casos, o la línea editorial por la que se rige el gabinete de comunicación de la universidad en otros, dejando claro por ejemplo en Radio Universitat que en esta emisora solo se tratan temas universitarios como línea editorial.

2.7.2- Libro de estilo

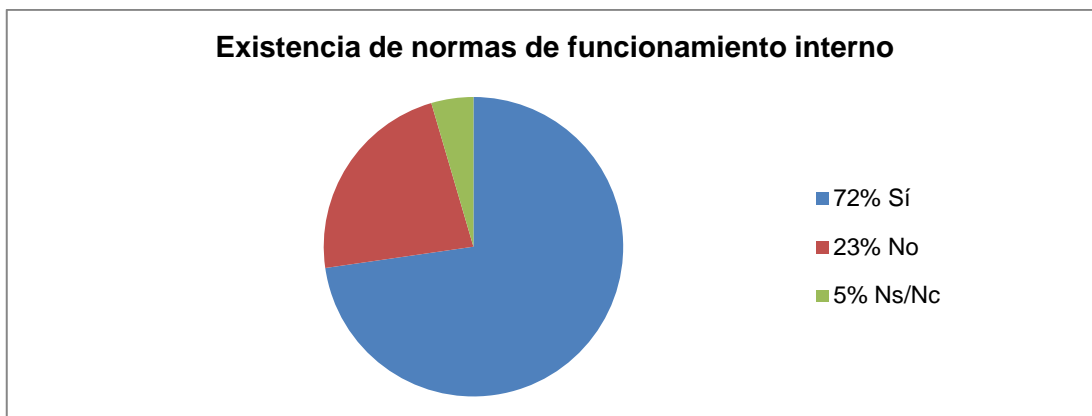
Cuando hablamos de un libro, manual o guía de estilo, nos referimos a un documento que plasme los criterios o directrices a seguir a la hora de darle forma a los contenidos en un medio de comunicación. Al igual que ocurre con el código deontológico, las grandes empresas de comunicación poseen uno, de tal forma que cada uno de los empleados debe conocerlo y aplicarlo. Nosotros hemos consultado a los responsables la existencia de algún manual que contenga nociones sobre esta materia, y hemos obtenido las siguientes respuestas: en el 27% de los casos poseen algún documento que en ocasiones es el mismo que refleja nociones de código deontológico, que contiene este tipo de indicaciones, por ejemplo llamado “decálogo del buen locutor”, “Reglamento de la radio” o “Reglas de la emisora”, aunque bien es cierto que otras emisoras tienen documentos específicos para ello denominados “criterios de redacción”, “protocolo de identidad sonora” o propiamente “libro de estilo”. En dos de las estaciones analizadas se está trabajando en ello pero no se tiene ningún documento terminado en la actualidad. El 68% de las estaciones no posee ningún documento de estas características.



2.7.3- Normas de funcionamiento interno

Para cerrar este apartado, ante la idea de que una estación de radio universitaria es un lugar por el que pasan muchas personas a lo largo del curso académico, es razonable pensar que puedan existir normas de funcionamiento interno, con directrices sobre el funcionamiento de la estación o normas de comportamiento en los estudios de radio.

Para este aspecto, hemos obtenido que en el 72% de los casos existen este tipo de pautas, o bien impresas en documentos que deben ser firmados por los colaboradores o estudiantes antes de comenzar a trabajar, o que se mantienen a la vista en la emisora para que puedan ser consultadas por cualquier persona que lo requiera. En muchas de las estaciones analizadas estas normas se encuentran dentro del dossier que contiene el reglamento de la emisora y se denominan “normas de uso de las instalaciones”, “protocolo de actuación interna” o “bases de la radio”. En el 23% restante no se utiliza este tipo de recomendaciones para los participantes en la estación, aunque en una de ellas se está trabajando en ello.



2.8- Valoración general de los responsables de las radios universitarias

Para finalizar la entrevista solicitamos a los entrevistados su opinión personal sobre tres cuestiones. En primer lugar, sobre la situación de ilegalidad de las estaciones de radio universitarias en España, en segundo lugar qué aspectos mejoraría de la emisora de radio de la que se responsabiliza y por último qué consejos daría para la creación de una emisora de radio universitaria que va a nacer. Presentamos los resultados en los siguientes subapartados.

2.8.1- Postura sobre la legalización de las emisoras de radio universitarias en España

Como ya hemos señalado en el marco teórico, las emisoras de radio universitarias se encuentran, junto con otras emisoras comunitarias en un limbo legal en lo que se refiere a la emisión. Por este motivo, planteamos a los responsables de las estaciones, quienes trabajan en su día a día la radio universitaria, la siguiente cuestión: ¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM? El 63% de los entrevistados afirma que a medio-largo plazo se acabará normalizando la situación de las estaciones de radio universitarias a nivel nacional, pero en muchos de los casos recuerdan que es posible obtener esa legalidad según la comunidad autónoma, o la localidad en la que se ubique la estación, lo que a nuestro juicio no es una

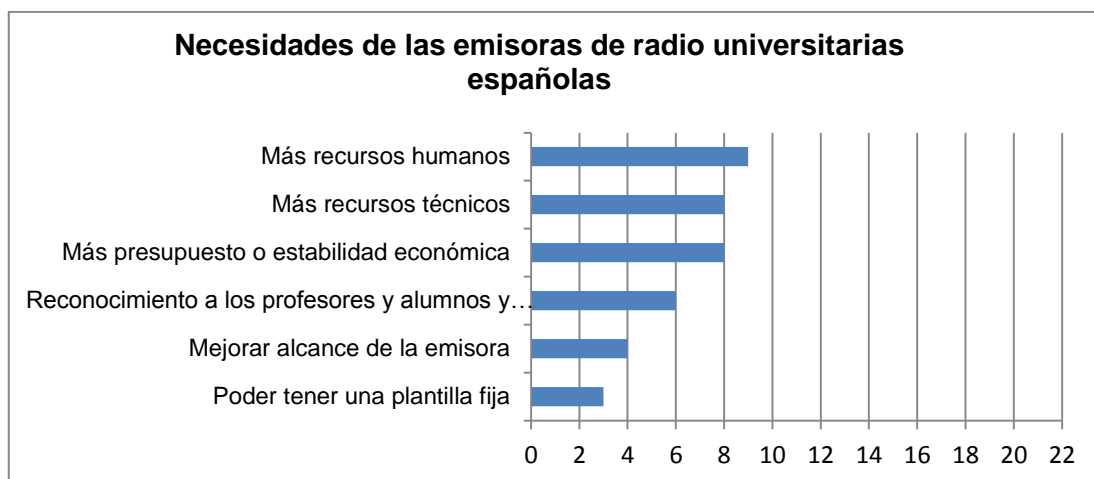
solución a nivel nacional por la que se pudieran regir todas bajo un mismo criterio.

Por otro lado, un 32% de los entrevistados se muestra más pesimista en este aspecto, afirmando que dudosamente se podrá conseguir, y en algunos casos mencionando que el oyente potencial de la radio universitaria realiza la escucha por internet. El 5% restante no contestó a la cuestión.



2.8.2- Qué mejorar en las radios universitarias

Es importante a la hora de plantear desde cero la creación de una estación de radio universitaria saber qué necesitan mejorar las que ya existen bajo el punto de vista de sus responsables. Por este motivo hemos consultado qué cambiarían o qué solicitarían mejorar de su estación a cada uno de los directores/coordinadores de las radios universitarias. De las respuestas obtenidas, hemos realizado una clasificación de necesidades que se repiten y hemos calculado la estadística. En la línea vertical del gráfico exponemos las respuestas y en la línea horizontal el número de emisoras que coinciden con la premisa.



Como podemos observar, teniendo en cuenta que es una cuestión que admite múltiples respuestas, en el 41% de los casos, los responsables solicitan más recursos humanos para la emisora, seguido de un 36% que cree que serían necesarios más recursos técnicos, lo que presenta un mismo porcentaje que la percepción de que se necesita más presupuesto o estabilidad económica, suponiendo la opinión de otro 36% de los entrevistados. Por otro lado, el 27% coincide en que sería necesario conseguir un reconocimiento por parte de la universidad, bien en forma de sustitución de créditos de docencia, o bien en forma de salario, a los profesores que ahora se encargan de determinadas tareas en las estaciones de manera voluntaria o con un reconocimiento insignificante en comparación con el trabajo realizado. En esta misma respuesta se encuentra inmersa la sensación de que sería mejorable la relación o coordinación entre profesores, radio y alumnos, que podría darse mediante el reconocimiento indicado.

Otro punto que destacan varios de los entrevistados, sumando un 18% del total es que se podría mejorar el alcance de las estaciones, otorgándole más visibilidad a la emisora. Finalmente, un 14% del total coincide en que sería necesario para la emisora tener una plantilla fija para dotarla de mayor estabilidad.

Entre las respuestas hemos percibido otras necesidades que presentan algunas de las emisoras sin obtener coincidencias con otras estaciones que

son interesantes con el objetivo de tenerlas en cuenta para no cometer los mismos errores en el futuro. Realizamos una síntesis de estas demandas de forma esquemática:

- Tener la posibilidad de contratar a los becarios cuando terminan las prácticas.
- Mayor integración de todos los medios de comunicación de una misma universidad para lograr una correcta coordinación entre los servicios de comunicación.
- Poder separar el periódico universitario de la radio universitaria para que la radio tenga más visibilidad.
- Reconocimiento de un estatus especial a las emisoras de radio universitarias como servicio público.
- Solución para que los alumnos de la universidad puedan realizar prácticas en la radio, cosa que ahora es imposible en el caso de que la radio universitaria tenga el mismo CIF que la universidad, asunto que produce en la actualidad en una de las emisoras.
- Mejorar la interacción en redes sociales.
- Tener una aplicación propia para la escucha de la emisora mediante dispositivos móviles.
- Conseguir más compromiso institucional por parte de la universidad.
- Conseguir crear el puesto de una persona que se dedique a la estación de radio universitaria o la reducción de créditos de docencia del profesorado que ahora la lleva de forma voluntaria para poder dedicarse a ella.

Éstas son algunas de las demandas particulares de determinadas emisoras que podrían ser extrapolables a otros casos, y que de cualquier modo, sería conveniente tener en cuenta a la hora de pensar en la organización y jerarquía que regirá una futura estación de radio universitaria.

2.8.3- Consejos para la creación de una emisora universitaria

Como punto final a la entrevista, y teniendo en cuenta la intención de implementar un modelo de emisora de radio formativa para estudiantes de Ciencias de la Comunicación que se plantea a lo largo de esta investigación, solicitamos a los entrevistados consejos para la creación de una estación de radio, teniendo en cuenta la valiosa experiencia en este campo que poseen. Indicamos de forma sintética los consejos más habituales que hemos obtenido, añadiendo algunas de las respuestas completas de los entrevistados.

En primer lugar, es importante según varios de los responsables tener muy clara la conciencia de servicio público y del carácter social y apolítico de la emisora.

El principal consejo es que se tengan claros los principios fundamentales que deben regir una emisora universitaria, que son el servicio público, el carácter social de la emisora y la formación del alumnado. Si se tienen esas premisas tendrá éxito. Yo creo que tener una radio universitaria, tal y como sucede en Argentina, debería ser un requisito para las universidades. Son las que mejor pueden tender un puente hacia la sociedad por ser una emisora estratégica para un mundo 3.0 en el que vivimos actualmente.¹⁴⁰

Por otro lado, aconsejan plantear desde el primer momento una plantilla básica que esté jerarquizada por un organigrama, en el que queden claros cada uno de los puestos y funciones en la emisora, así como plantear la colaboración con el gabinete de comunicación de la universidad.

Conseguir una plantilla básica, sobre todo con personal técnico, colaborar íntimamente con el gabinete responsable de la comunicación de la universidad, orientar la programación a toda la sociedad y desarrollar sobre todo la divulgación que implica: divulgación de las actividades que desarrolla la

¹⁴⁰ Martín, D. (16 de Diciembre de 2014). Entrevista Director Onda Campus. (R. Pinto Zúñiga, Entrevistadora)

universidad, fomento del pensamiento crítico, y luchar contra elementos contrarios a esos planteamientos.¹⁴¹

Referido al tema troncal de esta investigación, algunos directores consideran que la radio universitaria debería estar estrechamente ligada a la formación de los estudiantes, así como otros directores prefieren plasmar las bases en un modelo voluntarista, con especial flexibilidad para con los voluntarios, y así lo aconsejan:

Es fundamental integrarla dentro de los estudios de la universidad, que la radio forme parte de las herramientas de formación, abierto a la gente, con futuros profesionales de la comunicación y ciudadanos en general que puedan aportar su voz a ese medio. Un medio de comunicación de servicio público, donde exista esa voz crítica que hace falta en la sociedad. La concienciación de los estudiantes de su labor de servicio público y el papel que pueden tener en la transformación de la sociedad.¹⁴²

Yo solo buscaría el aprendizaje de los chicos, hacer un trabajo noble, honesto buscando lo mejor para los chavales o al menos ofertarles la posibilidad de que puedan tener una toma de contacto. No hace falta tener medios descomunales en cuanto a calidad, pero sí medios variados con más de un control. Es dar la posibilidad de que exista esa iniciativa. Si luego se apuntan o no se apuntan es problema de ellos. No buscar audiencia buscar aprendizaje y experiencia, esa es mi filosofía y esos son mis objetivos.¹⁴³

La mayoría de los entrevistados han manifestado que antes de comenzar la andadura de una estación de radio universitaria es importante obtener un buen asesoramiento, definir bien el modelo a seguir así como los costes, y realizar para ello un análisis DAFO que ayude a detectar esas fortalezas y debilidades. Algunos destacan la importancia de tener apoyo

¹⁴¹ Capote, L. J. (8 de Enero de 2015). Entrevista Director Radio Campus. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁴² Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Entrevista Directora de UniRadio Huelva. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁴³ Sánchez, M. (10 de Febrero de 2015). Entrevista Director Radio URJC. (R. Pinto, Entrevistadora)

institucional, sin el cual se hace más complicada la supervivencia, según indican.

Tener muy clara la idea y apoyo institucional. Trabajo en conjunto con órganos de gobierno y personal de la propia emisora.¹⁴⁴

Creo que es importante realizar un análisis DAFO completo, realista y sincero antes de fundar una radio. Es importante saber cuáles son las tres o cuatro prioridades de la radio, compartirlas y poner los medios para conseguir los objetivos. Es interesante que la emisora nazca con una identidad clara, pero que se centre en una vocación de servicio a la comunidad universitaria y a la universidad como institución social, humana, que tiene la verdad como guía. Una radio, para ser universitaria, no puede cegarse con caprichos personales o rectorales: debe tener una vocación abierta de ayudar a las personas, por encima de circunstancias y tensiones del momento.¹⁴⁵

Mucha información previa, ganas, entusiasmo, definir el modelo bien antes de empezar y costes que vas a tener.¹⁴⁶

En cuanto a la programación, muchos de los entrevistados inciden en la idea de la experimentación que debe producirse en las estaciones de radio universitaria.

A mí me gusta que haya una programación diaria, que funcionen como una radio profesional, que se organicen ellos, que tengan mucha autonomía, y que se les faciliten cursos de formación, de reciclaje, de actualización, eso les va muy bien. Que hagan de la radio un reflejo de lo que los jóvenes quieren, que pueda tratarse cualquier tipo de contenidos con libertad, pero sobre todo que ellos sean los responsables de lo que están haciendo. Se les debe dejar muy claro desde el primer momento que no es un juguete, que deben aprender pero también intentar sacar un producto lo más digno posible. Que sean también

¹⁴⁴ Martínez, S. (20 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio UMH. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁴⁵ De Lorenzo, I. (12,13,23 de Enero de 2015). Entrevista Director 98.3. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁴⁶ Revillo, C. (21 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora UPV Ràdio. (R. Pinto, Entrevistadora)

centros de experimentación, de creatividad, que a veces se convierten en una copia de lo que es la radio comercial y tampoco es eso. Hay que darle protagonismo a lo que está haciendo a la universidad ya la comunicación que se genera en nuestro entorno más que a lo que pueda ocurrir en la otra parte del mundo.¹⁴⁷

Por último, en casi todas las respuestas encontramos términos que inducen a la consecución del objetivo a través de la ilusión, energía, honestidad, buena predisposición, y capacidad de negociación que se requiere para afrontar el reto que supone la creación de una estación de radio universitaria.

¹⁴⁷ Álvarez, A. (17 de Febrero de 2015). Entrevista Codirectora Radio CEU. (R. Pinto, Entrevistadora)

**III. CAPÍTULO: CONSTRUYENDO UNA RADIO
UNIVERSITARIA PARA FORMAR PROFESIONALES.
PROPUESTA DE MODELO DE EMISORA
UNIVERSITARIA**

1- Planteamiento

En este capítulo tomaremos como punto de partida el estudio de caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, como centro que imparte enseñanzas superiores de Ciencias de la Comunicación que no posee medios de comunicación que cuenten con la participación de los estudiantes. Para ello, vamos a exponer de manera sintética la situación actual de la Universidad de Málaga así como del centro que hemos seleccionado como estudio de caso. Por otro lado, indicaremos datos demográficos así como organizacionales que permitirán realizar una mejor aplicación de los resultados obtenidos del estudio de los modelos de radio universitaria existentes en España, analizados en el capítulo anterior. Todo ello servirá para construir una propuesta que permita poner en marcha una radio universitaria en un centro de educación superior que lo requiera.

La Universidad de Málaga (UMA) es una institución de enseñanza superior de titularidad pública fundada en 1972. La historia de la UMA está estrechamente ligada a Málaga, ya que el impulso por parte de ciudadanos, personalidades y medios de comunicación de la provincia fue clave para la consecución de la existencia de una universidad. Mediante un proceso que comienza en 1968 con la creación de la Asociación de Amigos de la Universidad de Málaga constituida para conseguir que Málaga tuviera su universidad, se logró concienciar a la sociedad malagueña sobre su importancia y movilizar a la misma hasta su fundación. A partir de ahí, se produjo la creación del Colegio Universitario de Málaga en 1971, y la agrupación de la Escuela de Ingenieros Técnicos, Escuela Normal, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (dependiente en aquel entonces de la Universidad de Granada) y Seminario. Finalmente, el 18 de agosto de 1972, mediante decreto, se aprobó la fundación de la Universidad de Málaga. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y la Facultad de Medicina

serían las primeras en formar parte de la universidad global que es hoy la Universidad de Málaga.¹⁴⁸

Durante el curso 2014/2015 la UMA tiene matriculados en total 36.488 alumnos, divididos entre las siguientes enseñanzas: en los títulos de Grado 29.245 personas, siendo 13.686 hombres y 15.559 mujeres; en masteres oficiales 2.184 personas, de las que 948 son hombres y 1.236 mujeres; en los planes de estudio a extinguir de Primer y Segundo Ciclo 3.711 personas, de las cuales, 1.823 son hombres y 1.888 mujeres; en estudios de doctorado 2.402 personas y en centros adscritos: 834 (230 hombres y 604 mujeres).¹⁴⁹

Desde los inicios, la Universidad de Málaga se ha ubicado en el campus de El Ejido, en el centro de la ciudad, junto con varios centros administrativos, trasladándose poco a poco al campus de Teatinos, en el que se encuentran la mayoría de las titulaciones en la actualidad. Hoy en día la UMA cuenta con cinco escuelas técnicas y politécnicas, trece facultades y tres centros adscritos.

La Universidad de Málaga se rige a través los siguientes órganos: Vicerrectorado de Coordinación Universitaria, Vicerrectorado de Campus y Sostenibilidad, Vicerrectorado de Comunicación y Proyección Internacional, Vicerrectorado de Estudiantes y Calidad, Vicerrectorado de Extensión Universitaria, Vicerrectorado de Investigación y Transferencia, Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado, Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Gabinete del Rectorado, Gerencia y Secretaría General.

Entre los órganos asesores de la UMA constan el Delegado de la Rectora para el Campus de Excelencia Internacional “Andalucía Tech”, el Director de la Inspección de Servicios, el Director del Centro Internacional de

¹⁴⁸ Presentación UMA (s.f.). Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www.uma.es/conoce-la-uma/info/5576/historia/>

¹⁴⁹ Datos matriculados UMA (s.f.). Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www.uma.es/cms/base/ver/section/document/39828/alumnos/>

Postgrado y Escuela de Doctorado, y el Director del Plan Estratégico de Responsabilidad Social. Tal y como sucede en el resto de universidades españolas, cada uno de los Secretariados de los que consta la Universidad de Málaga tiene su director, así como cada centro tiene su decano o director de escuela técnica.

Por último, en la UMA existen los siguientes órganos colegiados: el Consejo Social de la Universidad de Málaga, el Claustro Universitario, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga y el Consejo de Estudiantes, cada uno con unas funciones muy concretas y con el objetivo común de engranar cada una de las piezas que componen la complicada tarea de hacer funcionar correctamente la Universidad de Málaga.

Como caso de estudio para esta investigación hemos seleccionado la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA, fundada en el año 1992, bautizada en sus inicios como Facultad de Ciencias de la Información y ubicada en la escuela de Martiricos, donde dio sus primeros pasos con las titulaciones: Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. En 1993 se produce el traslado del centro al campus universitario de Teatinos, donde comparte edificio con Turismo y lugar en el que posteriormente cambiaría su nomenclatura para denominarse Facultad de Ciencias de la Comunicación, en la que se integran el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y el Departamento de Periodismo.

1.1- Estudio de caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga se imparten las siguientes enseñanzas durante el curso 2013/2014: Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Periodismo, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster Universitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación, Máster Universitario en Investigación en

Comunicación Periodística y el Programa de Doctorado en Educación y Comunicación Social.¹⁵⁰ Durante el curso académico 2013/2014 se matricularon 134 estudiantes de nuevo ingreso en el Grado en Comunicación Audiovisual, y 130 alumnos en Periodismo, según datos facilitados por el centro.

Conviene matizar que hemos seleccionado esta facultad como objeto de estudio debido a que, pese a que se trata de un centro longevo, contando ya con veintitrés años de existencia, no posee un medio de comunicación cuyo fin sea formar a los alumnos. Es por este motivo por el que planteamos como muestra para la realización del estudio de caso la Universidad de Málaga y su Facultad de Ciencias de la Comunicación, en la necesidad de analizar un modelo de referencia real de facultad de comunicación en la que pudiera implantarse una estación de radio universitaria.

Para ello hemos analizado las experiencias de formación no regladas o de carácter voluntarista que han tenido lugar en dicha facultad cuyo objetivo ha sido el desarrollo profesional de los alumnos. A continuación explicamos en qué consisten la Escuela de Radio Campus UMA así como Proyectos de Innovación Educativa de reciente creación como Galería Central o Comsolidar. La investigación de estas iniciativas proporciona datos importantes relacionados con el funcionamiento y la realidad que lo sostiene, que serán de utilidad para realizar una propuesta de estación de radio universitaria basándonos en el contexto de dicha facultad.

La metodología utilizada para recabar la información sobre estas actividades ha sido la búsqueda de información a través de internet, la entrevista a los responsables de dichas iniciativas, y la revisión de la documentación entregada por los entrevistados. Para la realización de la entrevista se ha utilizado el mismo guión para las tres experiencias o

¹⁵⁰ Titulaciones de planes de estudios de licenciaturas a extinguir (sin docencia): Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.

actividades formativas realizadas en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA, añadiendo a la entrevista al director de la Escuela de Radio Campus UMA las preguntas realizadas a los responsables de radios universitarias españolas en esta investigación, con el objetivo de llevar a cabo el método comparativo.

1.1.1- Escuela de Radio Campus UMA

Se trata de la experiencia más parecida a una radio universitaria con la que ha contado hasta ahora la Universidad de Málaga. De la mano del docente Juan Tomás Luengo, Profesor Asociado del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA, nace esta iniciativa en noviembre del año 2013, como solución al poco tiempo del que disponen los alumnos para aprender a trabajar en la radio a través de la formación reglada:

(...) veo que los semestres se quedan muy cortos. Al final son 11 ó 12 horas de clase en el semestre y cada grupo tiene 20 alumnos más o menos, con lo cual no da tiempo a hacer gran cosa.¹⁵¹

Alumnos de Periodismo (la mayoría), Comunicación Audiovisual y Marketing e Investigación de Mercados, encuentran en la Escuela de Radio Campus UMA una plataforma práctica en la que aplicar los conocimientos de radio adquiridos en las asignaturas de las titulaciones de Ciencias de la Comunicación. Consiste en la realización de un programa de cincuenta minutos de duración, cuyos contenidos son básicamente universitarios, abarcando temas de actualidad universitaria, inquietudes de los universitarios, entrevistas, reportajes, noticias y entrevistas que se emite en la segunda cadena de COPE Málaga, en el dial 105.5 de FM. Cada miércoles los alumnos disfrutan de un espacio comprendido entre las 13:30h y las 14:30h, que se lleva a cabo de noviembre a julio, una actividad que cuenta con el

¹⁵¹ Luengo, J. T. (23 de Febrero de 2015). Entrevista Director Escuela de Radio Campus UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 3

respaldo de la propia Universidad de Málaga, que cede un seminario para las reuniones semanales destinadas a la preparación del programa.

La organización se realiza a través de grupos de trabajo. Cuatro alumnos realizan la coordinación de los demás compañeros, siendo dos de ellos presentadores y otros dos copresentadores y conformando el núcleo en el cual se basa la actividad. Mientras tanto se lleva a cabo la formación de otros alumnos de segundo y tercer curso que poco a poco comienzan a colaborar, entrando en antena, con el objetivo de que al año siguiente sean ellos quienes constituyan el núcleo central de la actividad.

La distribución del trabajo se realiza en función de los espacios que disponibles dentro del programa, como una agenda de estudiantes para el fin de semana de la que se hace cargo uno de los grupos, encargándose otro de los reportajes, otro de las entrevistas, y otro grupo que confecciona una pequeña sección de humor, llegando a efectuar una repartición de trabajo para entre 20 y 30 estudiantes.

EL objetivo de esta escuela reside en que los alumnos con cada programa vayan obteniendo mayor soltura. La misión del docente en este caso es la de coordinar y supervisar el trabajo de estos estudiantes, función que realiza de forma voluntaria, percibiendo una pequeña remuneración por parte de la COPE que deriva de la publicidad que se emite durante el programa. Los programas emitidos son colgados en formato *podcast* en la web de COPE Málaga.

Para la promoción del espacio utilizan las redes sociales durante el tiempo de emisión, para lo cual hay una parte del equipo encargada de Facebook y Twitter. El motivo por el cual este programa se realiza en COPE se debe a la coyuntura que presentaba la posesión de una nueva frecuencia secundaria libre por parte de COPE Málaga, aunque según el director de la actividad, se ofreció también a la Cadena SER de Málaga y a Onda Cero, que

carecían de espacio para ello. En palabras del entrevistado, lo ideal sería poner en marcha una radio universitaria, pero señala los problemas que le obligaron a tomar la decisión de crear esta Escuela de Radio Campus UMA para COPE Málaga:

Para mí lo ideal sería tener una radio on line universitaria. De hecho esa fue la idea inicial pero no había presupuesto disponible. Por eso nació la idea de la COPE. Tenemos todos los medios para ello, únicamente hay un problema de organización y coordinación. También hay que tener en cuenta que la experiencia en una cadena comercial es más real, en ese sentido también tiene más responsabilidad porque tienen más público. Tiene sus ventajas y sus inconvenientes, pero en este caso es una ventaja. Es una práctica más real más parecida a lo que luego se van a encontrar cuando acaben la carrera.¹⁵²

Se trata por lo tanto de una actividad que cuenta con el beneplácito de la UMA pero que no tiene vinculación alguna con asignaturas regladas, y tampoco guía o programación docente. Los requisitos para formar parte del programa se basan en que sean estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA y que deseen hacerlo. Los participantes no perciben ninguna compensación por el trabajo realizado, más que poder adjuntar en su currículum que han realizado esta actividad, pero quien lo solicita recibe un certificado de la COPE en el que consta dicha colaboración.

En cuanto a las carencias observadas por el docente en los alumnos que comienzan a colaborar en la actividad, indica que se solucionan con el trabajo realizado:

Sobre todo la soltura a la hora de hablar ante el micrófono, el miedo, el respeto... El general son pocos los que han hecho algún tipo de práctica en algún medio local. Se desenvuelven mal y tienen poca soltura esa es la mayor carencia.¹⁵³

¹⁵² Luengo, J. T. (23 de Febrero de 2015). Entrevista Director Escuela de Radio Campus UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 3

¹⁵³ *Ídem.*

Por otro lado, en cuanto a código deontológico y libro de estilo, los alumnos aplican en el programa lo aprendido mediante las asignaturas cursadas en la docencia reglada, mas no han tenido acceso al libro de estilo de la cadena COPE:

No se han leído el libro de estilo de la COPE. En principio, el año pasado, el director de la COPE les dio unas pequeñas indicaciones de que estaban trabajando para una emisora de la Iglesia, por lo que les indicó unas normas básicas de decoro (...) En general, no se toca la política. Tiene que ver con sus propias inquietudes, por ejemplo, las huelgas se han tratado desde el punto de vista informativo.¹⁵⁴

Consultamos cuál es la opinión personal de Luengo sobre la posibilidad de que las emisoras de radio universitarias dejaran de ser alegales en España, tal y como lo hemos procedido con los responsables de las estaciones de radio universitarias analizadas en esta investigación. Se mostró negativo debido a la falta de espectro para radios culturales:

Una cosa es la normativa y otra el espectro. Si el Estado no traspasa las frecuencias para el ámbito cultural, aunque haya una ley en Andalucía, no hay frecuencias disponibles, la gente está funcionando alegalmente. El problema al final si tienes publicidad y patrocinio es que acabas compitiendo con las emisoras comerciales. Me encantaría que otorgaran concesiones culturales, el problema es que no hay espectro para ello, tendrían que barrer a todos los piratas que hay ocupándolo. El problema está en que el Estado no asigna frecuencias.¹⁵⁵

Finalmente, ante la pregunta enfocada a obtener consejos para la creación de una estación de radio universitaria, el entrevistado se mostró de acuerdo con la idea de la creación de una estación de radio en la UMA, planteando algunos de los problemas que conllevan este tipo de proyectos y algunas de las posibles soluciones:

¹⁵⁴ *Ídem.*

¹⁵⁵ Luengo, J. T. (23 de Febrero de 2015). Entrevista Director Escuela de Radio Campus UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 3

Se podría montar una emisora on line porque además es sencillo y barato. Los jóvenes escuchan la radio por internet, por lo cual tener una FM no es imprescindible. Es un proyecto que necesita mucho tiempo para dedicarle. Es cuestión de voluntad de que alguien se encargue es un complemento a las clases estupendo.¹⁵⁶

La Escuela de Radio Campus UMA es en la actualidad el reflejo de lo que podría ser una emisora de radio en la Universidad de Málaga, y en este momento la única alternativa que poseen los alumnos para realizar prácticas de radio en las que tenga lugar la experimentación así como la posibilidad de autogestionarse. Se demuestra que es factible, ante la creación de una estación de radio universitaria, que la aceptación por parte del alumnado se traduzca en una tasa de participación voluntaria elevada, así como la posibilidad de ahorrar costes a la propia universidad en concepto de campañas que se realizan a través de agencias privadas y estudios de grabación, teniendo una cantera disponible con ganas de aprender y de trabajar para la que el currículum significa cada una de las tareas que hayan podido realizar aunque sea sin remuneración.

1.1.2- Consolidar. Proyecto de Innovación Educativa

Consolidar es una agencia de publicidad o agencia de comunicación solidaria que trabaja para ONGs o asociaciones que no tienen recursos económicos ni profesionales y que por lo tanto, carecen de capacidad para llevar a cabo acciones de comunicación.¹⁵⁷ A través de Consolidar se realizan dichas acciones de comunicación de manera gratuita, siendo el único requisito que dichas asociaciones u ONGs, demuestren esa insuficiencia o falta de recursos. Al frente del proyecto, ejerciendo su dirección y coordinación se sitúa Marcial García López, Profesor Titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la

¹⁵⁶ *Ídem.*

¹⁵⁷ Consolidar. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de <https://consolidarcomunicacion.wordpress.com/>

Comunicación de la Universidad de Málaga, con más de veinte años de experiencia docente en la UMA.

En Comsolidar se trabaja con entidades sin ánimo de lucro como por ejemplo Málaga Acoge, Justa Alegría, la plataforma Málaga Solidaria, La casa la buena vida (asociación para la integración gitana del barrio de la Palma-Palmilla), y otras asociaciones, cuyo objetivo es ayudar a los que lo necesitan, por ejemplo a familias con niños con enfermedades raras, entre otros. Según Marcial García, la iniciativa de llevar a cabo este proyecto surge de la necesidad de dinamizar el trabajo diario de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

(...) fue un momento en que la facultad apenas más allá de la vida académica no había vida, con iniciativa, con proyectos, que de alguna forma apliquen o pongan en marcha todo lo que aquí se aprende se estudia y se enseña. Luego hay una motivación personal porque me interesa aplicar mi trabajo, lo que yo sé, lo que me gusta hacer en la vida real, el trabajo de la solidaridad, de la ONG. Y luego otra circunstancia que justo ese año el curso es un curso con el que había muy buena química, que estaba muy motivado a hacer cosas y además tenía un potencial y un talento tremendo. Digamos que se dieron las circunstancias para que ese proyecto se pusiera en marcha. Pero más que nada era esa sensación de que estábamos dedicados sólo a nuestro trabajo que sólo se daban ya las clases y que no había vida fuera de eso.¹⁵⁸

Comsolidar comienza en el curso 2008/2009, coincidiendo con la puesta en marcha del proyecto Galería Central. En esta iniciativa se trabaja sin dinero, por lo que depende siempre de la solidaridad. A través del Decano Juan Antonio García Galindo, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga cede un espacio para poder reunirse y el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la misma apoya en determinadas circunstancias necesidades como la impresión de documentos o utilización de estudios para grabación, entre otras. Marcial García manifiesta, sin embargo, que este proyecto no ha podido conseguir el

¹⁵⁸ García, M. (17 de Diciembre de 2014). Director Comsolidar Proyecto de Innovación Educativa. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 2

apoyo directo de la Universidad de Málaga, más allá de la propia Facultad de Ciencias de la Comunicación y del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, pese a haberlo intentado en varias ocasiones. Durante el curso 2014/2015, por circunstancias personales del propio director, el proyecto se encuentra en un momento de descanso, ya que al tratarse de una actividad voluntaria a la que dedica tiempo y recursos propios como director y coordinador, en esta situación le resulta imposible.

La participación de los alumnos se realiza de manera voluntaria, y la motivación de los mismos a la hora de ingresar en el proyecto es variada. El profesor García destaca sobre todo la necesidad de adquirir experiencia profesional previa antes de acabar la carrera, o el sentimiento de compromiso de aplicar sus conocimientos para ayudar a colectivos que lo necesitan.

La estructura de Comsolidar se asimila a la de una agencia de publicidad. Los departamentos son los siguientes:

- Creatividad: para las personas con talento creativo.
- Diseño y dirección de arte
- Digital: para llevar todo lo relacionado con web y redes sociales
- de Relaciones públicas.
- Dirección de cuentas, coordinación y tráfico: dentro de este departamento se cuenta con 3 coordinadores que son egresados que supervisan y coordinan grupos concretos de trabajo.

Como en el caso anteriormente analizado, no se sigue una programación didáctica o guía docente para llevar a cabo la actividad. La dinámica de trabajo es la siguiente: en primer lugar se realiza una convocatoria pública para voluntarios, se efectúa una prueba a los estudiantes que se presentan además de una entrevista, de las que se extraen las motivaciones y capacidades de los mismos, obteniendo perfiles determinados que después se distribuyen en grupos de trabajo.

Una vez seleccionado el personal y asignados los equipos, se contacta con las asociaciones u ONGs o, en algunos casos, los propios interesados contactan con Comsolidar. Para comenzar a trabajar todos los miembros del equipo elaboran una ficha en la que se reflejan los objetivos de trabajo que la ONG o asociación quiere conseguir y se definen las necesidades para lograrlo junto con el coordinador. Después se realiza una reunión de trabajo sobre la que se decide la estrategia a llevar a cabo para la consecución de objetivos, y se le presenta a la ONG o asociación. Si lo acepta, el grupo empieza a trabajar organizado por su coordinador mediante un calendario de trabajo.

Cuando Comsolidar fue un Proyecto de Innovación Educativa (PIE), dependiente del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado de la UMA, estuvo vinculado a varias asignaturas, tal y como se exige este tipo de proyectos. Además, durante los dos años que tuvo la denominación de PIE de la UMA, se llevaron a cabo varias actividades relacionadas con el mismo como talleres, uno de redes sociales aplicadas a ONGS y otro de relación con los medios, que contaron con personalidades del este ámbito, un cine fórum y un debate, además de otras actividades formativas abiertas a todos los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Desde hace dos años, Florencio Cabello, Profesor Ayudante Doctor perteneciente al mismo departamento, colabora con el proyecto Comsolidar. La asignatura que imparte, “Tecnologías aplicadas a la Publicidad y las Relaciones Públicas”, queda vinculada al mismo ya que una de las campañas en redes sociales que se llevan a cabo en el marco de la misma, como actividad práctica, es una campaña captada por Comsolidar. De esta forma, uno de los grupos adscritos a la materia realiza este trabajo aplicando conocimientos a una situación real y ayudando a personas que lo necesitan colaborando conjuntamente.

En cuanto a la formación que se les ofrece a los alumnos antes de comenzar a trabajar en las actividades de Comsolidar, se trata de una sesión

en la que se explica de manera básica cómo se trabaja en una agencia de comunicación y por lo tanto cómo se organizan las tareas. Suelen participar alumnos de tercer y cuarto curso de Ciencias de la Comunicación, aunque en ocasiones han participado alumnos de segundo curso. Consolidar se lleva a cabo durante el curso académico y se divide en semestres. Dependiendo del volumen de trabajo que se haya recibido, la distribución se hará de una forma u otra. Cada equipo de alumnos dedica una media de 30 horas a cada proyecto, a cada campaña solicitada por ONG o asociación, planteándose objetivos y fechas de entrega.

El número de alumnos que realizaba la actividad durante los primeros años oscilaba entre los 15 y los 75 por curso académico. Ante la dificultad de gestionar tantos grupos de trabajo, optaron por establecer un tope de plazas, por las cuales solo pueden acceder al proyecto 30 alumnos por curso académico. Los requisitos que deben cumplir para acceder radican en las ganas de trabajar, que se detectan a través de la entrevista inicial, en la que también se valoran los conocimientos del aspirante. Tienen prioridad a la hora de ingresar en el proyecto los estudiantes de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga, después los estudiantes de las titulaciones de Comunicación Audiovisual y de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad y, por último del resto del campus.

Los alumnos son responsables de su trabajo y deben rendir cuentas por el mismo. El papel del director es de supervisión y apoyo didáctico. No se produce la rotación de roles, pero se mantiene una estructura flexible, ya que si no funciona alguien en algún equipo se le cambia buscando la productividad y el buen ambiente. Aunque la tónica general es que cuando alguien asume un rol lo mantenga.

El reconocimiento que se otorga a los estudiantes por trabajar en esta iniciativa es un certificado, que presentado ante los órganos pertinentes de la

universidad proporciona cierto número de créditos ECTS, mediante solicitud previa. En ocasiones Comsolidar se ha presentado a la convocatoria de Proyectos de Voluntariado de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por lo que los alumnos han obtenido los créditos ECTS de manera directa. En el certificado que se les concede después del trabajo realizado en Comsolidar se estipula el tiempo dedicado, las asociaciones con las que han trabajado y el trabajo realizado.

Marcial García indica que los alumnos después de pasar por Comsolidar obtienen experiencia real, porque se produce una aplicación de conocimientos, les ayuda a conocer sus capacidades, sus límites, y todo ello en conjunto produce un aprendizaje. Por otro lado, destaca el aprendizaje humano que se obtiene debido al contacto con personas y realidades humanas y sociales, a las que de otra forma no hubieran accedido.

(...) aquí hay una experiencia profesional real, ellos tienen que responder y resolver problemas reales y lógicamente eso requiere la aplicación de unos conocimientos como poner en cuestión todo lo que saben, todo lo que conocen, sus capacidades, sus límites, pero por otro lado también interesa el aprendizaje humano ellos entran en contacto con personas y realidades que probablemente no habrían llegado a ellos.¹⁵⁹

En cuanto a las carencias identificadas en los alumnos a la hora de comenzar a trabajar en el proyecto, el profesor García indica que se trata para muchos de algo secundario, que se sitúa después de todas sus obligaciones y compromisos, por tratarse de un proyecto voluntario, lo que se traduce en la incapacidad de asumir el compromiso adquirido. En cuanto a insuficiencias de tipo formativo, destaca la falta de recursos para enfrentarse a determinadas situaciones, falta de visión global o analítica que les permita centrarse en lo general y no en lo particular, aunque también indica que hay personas muy brillantes y comprometidas que no poseen estas carencias. En cuanto a la

¹⁵⁹ *Ídem.*

cuestión de si se subsanan estas carencias después del paso por Comsolidar, García afirma lo siguiente:

En algunos casos en los que he tenido contacto más directo podría decir que sí, que yo sé que les ha ayudado a pensar de otra manera, a tener un compromiso más fuerte, a tener una mirada más crítica, a que fueran conscientes de cuáles eran sus carencias y que tenían que reforzar, incluso conocer sus fortalezas y trabajar sobre ellas pero no me atrevo a hablar de manera taxativa o general.¹⁶⁰

Por otra parte, ante los aspectos positivos de los estudiantes que participan en esta iniciativa, el director de Comsolidar apela al talento y la frescura que aportan los estudiantes así como a la necesidad de aplicar lo que saben para transformar la sociedad y sentirse útiles ayudando a otros.

Comsolidar es un proyecto solidario, una experiencia única para los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas, así como para el resto de estudiantes de Ciencias de la Comunicación para trabajar y adquirir una experiencia profesional previa de vital importancia a la hora de encontrar un empleo tras acabar los estudios.

Es necesario destacar la importancia de la integración de determinados valores transversales en los planes de estudio de Ciencias de la Comunicación, especialmente desde la entrada en vigor del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que promueve la introducción de los mismos a través de la adquisición de competencias y capacidades. Pese a ello:

la solidaridad tampoco está presente en los estudios de Periodismo, pues al fin y al cabo el propio sistema educativo no es solidario ni integrador sino competitivo y selectivo.

Si tenemos en cuenta que los estudiantes de periodismo serán los trabajadores y responsables de los medios de comunicación de un futuro próximo, creemos oportuno que dentro de la formación específica que reciben para dominar las

¹⁶⁰ García, M. (17 de Diciembre de 2014). Director Comsolidar Proyecto de Innovación Educativa. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 2

técnicas y rutinas de la profesión se incluyan de forma transversal contenidos que les permitan reflexionar en torno a la necesidad de crear una ciudadanía más solidaria, además de otros valores tales como la democracia, el medio ambiente, la igualdad, etc. (Monedero y Olmedo, 2014: 835)

En la misma línea, el creador del proyecto que acabamos de analizar, Comsolidar, habla de la urgencia de realizar una reflexión profunda sobre los valores de solidaridad, paz, derechos humanos y la importancia de colaborar con Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD), enfocándolo desde un punto de vista que cuestione y demuestre “las inconsistencias y efectos no deseados del modelo instrumental y utilitarista heredado de la comunicación comercial”, afirmando que la crisis económica actual debilita la presencia de estos valores:

En las democracias occidentales la publicidad en el Tercer Sector de la cooperación, las ONGD, se ha venido conformando como una forma de presencia de la ciudadanía en el espacio público, de la que se demanda, a través de esa comunicación publicitaria, un compromiso en la lucha por la erradicación de las causas en las que parecen encontrarse las raíces de los conflictos y la violencia. Es en este contexto en el que la publicidad con vocación ciudadanista, solidaria y promotora de paz se constituye en el escenario que pone en común causas, problemas y conflictos sociales que, directa o indirectamente, nos afectan a todos. (García, 2012)

Por otra parte, fomentar la interiorización del valor de la igualdad entre las personas es también un reto a alcanzar que también se contempla a través del EEES, aunque también encontramos voces críticas al respecto:

Tenemos, por un lado, un nuevo Espacio Europeo de Educación Superior en el que se enfatiza la diversidad frente a la igualdad (a pesar de reconocer la necesidad de acabar con la desigualdad social) y donde la integración de la igualdad en la universidad está sujeta a idiosincrasias políticoeconómicas y geográficas particulares, a pesar de existir una legislación que, en el caso español, establece claramente la necesidad de transversalizar dichos contenidos. (Gámez y Nos, 2012: 330)

Por todo ello, se hace imprescindible contemplar desde la gestación de una emisora de radio universitaria el espacio para promover estos valores, permitiendo a la ciudadanía tener un canal en el que expresarse, y si es necesario, pedir ayuda, que permita además concienciar a la sociedad en general de la importancia de aprender e interiorizar estos valores como herramientas para luchar por un mundo más justo para todos.

Además de los citados valores, no debemos dejar de lado el conocimiento o nociones que todo ser humano debería tener sobre justicia ecológica o ecosocial, o de buena vida que, como indica Barranquero (2012), es una concepción que desborda los límites de un proyecto meramente económico, social o político, y que adquiere el carácter de paradigma regulador del conjunto total de la vida tanto social como natural, conceptos que:

(...) aunque ya cuentan con algunos desarrollos en campos como la sociología, la ecología, el derecho o la economía, aún no han permeado lo suficiente a la comunicación, si bien su enfoque es por definición interdisciplinario, crítico y normativo, en la línea de las reflexiones más avezadas de nuestra materia. (Barranquero, 2012: 71)

En suma, hacemos hincapié en la importancia de concebir un medio de comunicación universitario basado en la formación de profesionales de la comunicación, pero también de personas sobre las que recaerá la responsabilidad social en un futuro muy cercano.

(...) el ser humano precisa de la comunicación y la cultura, no para evolucionar en dirección alguna, sino para pensar o articular antiguas y nuevas cosmovisiones y modos de vida, acordes con la solidaridad comunal y con la sostenibilidad de vida humana sobre la tierra. (Barranquero, 2012: 67)

1.1.3- Galería Central: Proyecto de Innovación Educativa

Galería Central es un espacio expositivo permanente, ubicado en el edificio que comparten las titulaciones de Ciencias de la Comunicación y

Turismo en la Universidad de Málaga.¹⁶¹ Al frente del mismo se encuentra Tecla Lumbreras Kraüel, Profesora Colaboradora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

El proyecto surge de la unión entre la demanda de un espacio disponible para exponer sus trabajos por parte de los estudiantes y la intención del equipo decanal de fomentar el aprovechamiento del recinto para mostrar a la sociedad los trabajos realizados por alumnos y profesores del propio centro educativo, además de exposiciones externas. El 20 de noviembre del año 2.008 se inaugura Galería Central con la primera exposición titulada “Mi foto favorita”, llevada a cabo por los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Entre los objetivos de Galería Central se encuentran:

- Consolidar la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Escuela Universitaria de Turismo dentro de la ciudad de Málaga y acercar esta institución a los malagueños.
- Hacer más visible y accesible la producción artística e innovadora de la comunidad universitaria, abriendo nuevas vías de diálogo con la realidad cultural malagueña.
- Aumentar notoriedad y conocimiento en la sociedad malagueña y universitaria sobre la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Universitaria de Turismo.
- Creación de una red de universidades españolas que facilite la gestión de proyectos conjuntos y el intercambio de experiencias singulares.
- Posibilitar el conocimiento y voluntariado sobre el proyecto de nuevos estudiantes, fomentar la calidad del trabajo creativo en nuestra comunidad.

¹⁶¹ Galería Central. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de http://www.ccom.uma.es/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=74

- Constituir un foro permanente de debate sobre el trabajo creativo en Comunicación, promover el contacto con los profesionales de la Comunicación y trabajar con estos colectivos en la consecución de una mayor creatividad comunicacional.

El proyecto Galería Central forma parte del programa de Voluntariado de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, y está considerado como Proyecto de Innovación Educativa por el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado.

Decanato es quien nos da un presupuesto mínimo, porque como máximo por exposición podemos gastar unos 300 euros, yo adelanto el dinero además, para no encarecer los precios. (...) Por ser un Proyecto de Innovación Educativa nos dan 1000 euros para los dos años por los que se nos concede el PIE. En principio nuestra idea es reservar ese dinero para publicar un catálogo, concretamente dos catálogos, que presentan los trabajos de los cuatro últimos años.¹⁶²

La actividad se realiza a través de la oferta de convocatoria, a la que acuden los alumnos con el único requisito de tener ganas de trabajar, pudiendo pertenecer a cualquier grado o curso. Éstas son algunas de las asignaturas que se imparten en la universidad de Málaga que tienen relación directa con esta actividad:

- Titulación en Publicidad y Relaciones Públicas

Las asignaturas “Fotografía publicitaria”, “Diseño gráfico”, “Dirección de arte y gráfica publicitaria” y “Comunicación cultural” capacitan para el diseño gráfico, las relaciones con los medios de comunicación, la creación de campañas, la gestión de la comunicación y cómo ésta influye en la imagen que de una organización, empresa o institución cultural se transmite a la sociedad.

¹⁶² Lumbreras, T. (25 de Noviembre de 2014). Entrevista Coordinadora Galería Central Proyecto de Innovación Educativa. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 2

- Titulación en Comunicación Audiovisual

Las asignaturas “Fotografía de creación” e “Introducción a las Relaciones Públicas” desarrollan la capacidad creativa del alumnado en el ámbito de la fotografía y le dotan de las herramientas necesarias para la comunicación de productos artísticos.

- Titulación en Periodismo

Los matriculados en las asignaturas “Relaciones Públicas” y “Comunicación publicitaria” adquieren una serie de competencias teórico-prácticas complementadas con una formación técnica-profesional que les habilita para el ejercicio de la profesión periodística y publicitaria tanto por cuenta ajena como por cuenta propia.

- Grado de Arquitectura

Una de las reflexiones más importantes de la asignatura “Dibujo I” es concienciar al alumno sobre la importancia del dibujo como herramienta para el arquitecto, una herramienta que le permite pensar, y expresar gráficamente una idea. Se plantea proporcionar al alumno una visión global de las circunstancias que intervienen en el desarrollo de la idea, desde el análisis, la génesis de un pensamiento y su materialización y expresión gráfica como vehículo de comunicación.

- Titulación en Bellas Artes

Desde las asignaturas “Estrategias del dibujo contemporáneo” y “Dibujo I y II”.

- Titulación en Turismo

La asignatura “Planificación territorial y turismo sostenible” es muy relevante en la planificación del territorio y en la puesta en valor del turismo sostenible la cultura en sentido amplio y la expresión artística en particular. Por tanto, la sostenibilidad cultural es una de las bases de la materia.

Aunque la actividad de Galería Central no posee una guía docente que la rija, en el momento de la incorporación de los alumnos a la misma se les proporcionan reuniones formativas en las que se les explica el sistema de trabajo así como los distintos departamentos que componen la Galería Central. De esta manera se produce el reparto de actividades, y según su directora, es el momento en el que el alumno elige o decide en qué departamento quiere comenzar a trabajar. El modelo metodológico es participativo y colaborativo y se concreta en la organización de grupos de trabajo formados por alumnos de todos los cursos, contando con un responsable del último año (el comisario) y un profesor en la materia. Los equipos de trabajo son los siguientes:

El equipo de Comunicación se subdivide en Gabinete de Comunicación, Diseño y Medios. El Gabinete de Comunicación se encarga de la realización, gestión y control de los siguientes aspectos: Relaciones Públicas, documentación sobre las obras y los creadores, convocatoria de ruedas de prensa, notas/comunicados de prensa y dossiers de prensa, herramientas comunicación interna. El equipo de Diseño se encarga de la elaboración de la imagen visual de las comunicaciones de Galería Central; creatividad, cartelería (carteles y *flyers*), presentaciones, mantenimiento web y multimedia.

Medios de Comunicación está dentro del departamento que gestiona las bases de datos, planificación de medios, seguimiento y evaluación de proyectos, contenido web, buzón de información, etc.

Por otra parte, Producción es el departamento que se encarga del material audiovisual y gráfico, y del equipo técnico que se requiere para Galería Central.

El departamento de Patrocinio se hace cargo de la búsqueda de subvenciones, patrocinios y colaboraciones para cualquier actividad o proyecto que se inicie desde Galería Central, consiguiéndose numerosas

ayudas de entidades como el Vicerrectorado de Cultura y Relaciones Internacionales de la Universidad de Málaga, Área de Cultura y Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga (CEDMA), Centro de Iniciativas Universitarias, Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía entre otros.

Por último, el departamento de Contabilidad/Administración gestiona la parte económica y administrativa de las exposiciones y materiales que requiere cada proyecto que se realiza en Galería Central.

El objetivo colaborativo y de trabajo en equipo implica que todos los estudiantes pasen por todos los puestos, por lo que la formación en este campo resulta completa. La frecuencia con la que se realiza la actividad oscila las ocho exposiciones anuales, cuya duración suele ser de entre tres y cuatro semanas. Tienen cabida desde exposiciones procedentes de la propia Facultad de Ciencias de la Comunicación hasta muestras que llegan desde Corea del Sur o Medellín.

El trabajo previo a la propia exposición de la muestra varía entre uno o dos meses, y está coordinado por la directora de la galería, cuya mano derecha es el comisario de la exposición, que a su vez organiza los grupos de trabajo. Al menos veinte alumnos se matriculan en la actividad en el momento de la publicación de la misma, no llegando a término de la misma todos los que se comprometen a hacerlo.

El trabajo previo es enorme, las personas llegan a la exposición y ya lo ven todo montado, parece que todo es muy fácil pero hay mucho trabajo detrás. El alumno que se encarga del comisariado como mínimo está trabajando en la preparación uno o dos meses antes, contactando con los creadores, la selección de la obra, el diseño de la cartelería y *flyers*, preparación de nota de prensa, pensar el diseño es positivo, hay mucho trabajo que hacer.¹⁶³

¹⁶³ *Ídem.*

No se les exige ningún requisito para el ingreso, y desde que se instauró el nuevo sistema de titulaciones es más complicado proporcionar a los alumnos créditos por el trabajo hecho en la galería, aunque se está tratando de conseguir. La capacitación en este momento se realiza mediante un diploma.

Como a los anteriores coordinadores, hemos formulado a la Tecla Lumbreras una serie de preguntas de opinión de las que hemos obtenido el su punto de vista. Ante la cuestión sobre si cree que los alumnos obtienen una formación más completa después de participar en la actividad, la profesora Lumbreras responde que los alumnos aprenden, aplican conocimientos y además es un vehículo para despertar vocaciones.

Yo pienso que sí, creo que ellos se sienten realizados, aprenden, es una forma de aplicar sus conocimientos teóricos a la práctica, que en algunos incluso ha despertado vocación, y se trata de alumnos responsables y orgullosos de la idea de pertenencia al grupo, de ilusión.¹⁶⁴

En relación a las carencias observadas en los alumnos, la coordinadora apunta que los estudiantes de primero y segundo curso de grado suelen comenzar su colaboración en la actividad algo desorientados y que en muchas ocasiones se auto encasillan en un puesto determinado, por ello les cuesta seguir el método de rotación de roles. A la cuestión de si se obtiene solución a dichas carencias, la directora indica que sí, que aprenden y realizan el trabajo con mucha ilusión puesto que es voluntario. En cuanto a los aspectos positivos a destacar, comenta la responsabilidad que los alumnos suelen desarrollar de cara al proyecto, la idea de pertenencia al grupo, y sobre todo la colaboración y el trabajo en equipo.

Galería Central, al igual que Comsolidar, o Escuela de Radio Campus UMA, son proyectos que surgen de una necesidad de crear acciones paralelas al trabajo docente y cotidiano de la Facultad de Ciencias de la

¹⁶⁴ *Ídem.*

Comunicación. Se trata de actividades que sus coordinadores llevan a cabo de forma altruista, con la vocación docente que les impulsa a enseñar a hacer lo que saben, lo que es recogido por un voluntariado en la mayoría de las ocasiones comprometido y entusiasmado, con la idea de pertenecer a una acción diferente, real y cercana al universo laboral que encontrarán al terminar los estudios.

1.2- Análisis DAFO para la puesta en marcha de una radio universitaria en la UMA

Para abordar el estudio de caso con todas las garantías que plantea este tipo de proyectos, se hace necesario realizar un listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que girarían alrededor de una posible radio universitaria. Por lo tanto, se trata de llevar a cabo un estudio conocido comúnmente como análisis DAFO.

El Análisis DAFO o Matriz FODA, como se conoce en países sudamericanos, es una potente herramienta que sirve tanto para preparar la una estrategia de mercado a seguir como para corregir el rumbo actual de la misma. En nuestro caso, lo utilizaremos para conseguir una idea global de cómo se comportaría en la realidad una hipotética radio universitaria para la Universidad de Málaga. Como este estudio pretende poder ser extrapolado a cualquier universidad en la que se desee poner en marcha una emisora universitaria, se aconseja realizar este mismo análisis para hacernos a una idea de a lo que nos enfrentamos.

Para Ponce (2006), una fortaleza de una organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, por ejemplo habilidades y capacidades del personal que tripulará la empresa o una situación favorable en el medio social. De manera opuesta, una debilidad de una organización es definida por el autor como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente. Una vez identificados estos factores, debe procederse a la evaluación de los

mismos. Se trata de encontrar una forma por la que las fortalezas superen a las debilidades, sin tratar de equilibrar la balanza. Por otra parte, el autor destaca que las oportunidades son aquellas fuerzas ambientales de carácter externo que no se pueden controlar por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales.

Para Asuaga (2007: 191-194) la radio universitaria, en general, posee elementos distintivos que son tanto fortalezas como debilidades, y realiza un análisis de lo que se entiende son dichas fortalezas y debilidades que suelen tener en común las radios universitarias latinoamericanas. Así indica entre las fortalezas de estas estaciones: la imagen de la radio asociada al respaldo de una institución universitaria, la transmisión de conocimientos que se da en el seno de la radio, así como la democratización del mismo, responsabilidad social empresarial idónea para llevar a cabo una conducta ética, el marco territorial entendido como que la universidad pública es “la universidad de todos”, la información y la cultura como un bien preferente, público previamente comprometido que suele darse en este tipo de emisoras, un presupuesto universitario que alivia tensiones económicas, primicia a la hora de hacerse eco de las actividades que se propician en la universidad, y el apoyo que aporta el sector público en cuanto a publicidad oficial, significativo en la financiación de ciertas radios y elemento diferenciador con el resto del sector. Por el contrario, para el autor las debilidades son las siguientes: competencia con radios comerciales, que para él es la debilidad más importante, ya que menos audiencia se tiene cuanto más académica resulta la programación, la pauta comercial, refiriéndose a las ventanas publicitarias, que son usadas para emitir promociones propias y propaganda de la propia universidad, la falta de regulación específica, demora en la implementación de herramientas de gestión en comparación con las cadenas comerciales, dificultades financieras que según el autor suelen ser mayores cuanto más

dependiente es la radio de la universidad, lo que produce que sea simultáneamente una ventaja y una debilidad, que da lugar a la obsolescencia de equipos de trabajo, audio y transmisión, la no profesionalización que supone para él una desventaja de las emisoras trabajadas por estudiantes para con las que son trabajadas por profesionales y por último lo que llama nivel gerencial, que significa que en las radios universitarias la responsabilidad tiende a caer en una única persona, mientras que en las radios comerciales, se reparte entre varios cargos.

Por todo ello, procedemos a realizar el análisis DAFO de lo que sería una futura radio para la Universidad de Málaga, con el objetivo de evaluar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para alcanzar una visión global de cómo sería la emisora y su entorno.

ANÁLISIS DAFO RADIO UMA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Apoyo de la CRUE a la creación de emisoras universitarias en general -Poca inversión en equipos para puesta en marcha, tan solo un equipo de transmisión en FM -No dependencia de la publicidad para supervivencia -Aislamiento de presiones comerciales -Capacidad de innovación programática que no tiene cabida en otras emisoras. -Una radio universitaria contribuye a aumentar la oferta formativa -Un medio de comunicación propio proporciona prestigio a la universidad. -Complemento a la docencia reglada por su carácter formativo -Altavoz de iniciativas culturales, sociales e investigaciones propias de la universidad. -Independencia que deriva en credibilidad debido a la no vinculación comercial ni política con ninguna entidad o institución -Ahorro para la universidad en contratación de agencias de publicidad: los alumnos podrían encargarse de la realización de las cuñas radiofónicas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos limitados -Negociación de becas para alumnos y contratos para personal propio de la emisora -Calidad escasa del producto al principio de la incorporación de los alumnos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Marco legal andaluz que permite la obtención de licencia en FM -Formación práctica de calidad a los alumnos de Ciencias de la Comunicación -Participación abierta a toda la comunidad universitaria -Potenciar la divulgación científica de la UMA -Acercar la universidad a la sociedad -El EEES y el plan Bolonia abogan por la educación en competencias, además de la realización de prácticas, para lo cual la radio universitaria es un escenario idóneo 	<ul style="list-style-type: none"> -Personal remunerado insuficiente -Situación de crisis actual/recortes -Ausencia de marco legal estatal que reconozca las emisoras de radio universitarias en España -Nulo acceso a licencias -Canon derechos de autor que exigen pagos mensuales -Poca repercusión-audiencia -Convencer al equipo de gobierno de la universidad de que es un medio necesario

1.3- Fundamentos para la creación de un modelo formativo integral según el Marco Europeo de Cualificaciones

El Marco Europeo de Cualificaciones para el aprendizaje permanente (EQF-MEC) es una recomendación a los Estados Miembros de la Unión Europea que tiene como objetivo vincular o asemejar los diferentes sistemas y marcos nacionales de cualificaciones mediante una referencia europea común: sus ocho niveles de referencia. Estos ocho niveles abarcan desde el certificado escolar hasta el doctorado. Dada la diversidad de los sistemas de educación y formación europeos, la forma que utiliza este sistema para compararlos es mediante lo que se denomina resultados de aprendizaje. Los resultados de aprendizaje son “expresiones de lo que una persona en proceso de aprendizaje sabe, comprende y es capaz de hacer al culminar un proceso de aprendizaje”.¹⁶⁵ Dichos resultados de aprendizaje se dividen en tres categorías: conocimientos, destrezas y competencias. Citamos textualmente las definiciones:

Conocimiento: resultado de la asimilación de información gracias al aprendizaje; acervo de hechos, principios, teorías y prácticas relacionados con

¹⁶⁵ Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. (2008). Marco Europeo de Cualificaciones para el aprendizaje permanente. Luxemburgo. Recuperado el 31 de octubre de 2014, de [http://secretariageneral.ugr.es/pages/org_gobierno/claustro_universitario/claustroeees/a5/!](http://secretariageneral.ugr.es/pages/org_gobierno/claustro_universitario/claustroeees/a5/)

un campo de trabajo o estudio concreto; en el Marco Europeo de Cualificaciones, los conocimientos se describen como teóricos o fácticos.

Destreza: habilidad para aplicar conocimientos y utilizar técnicas a fin de completar tareas y resolver problemas; en el Marco Europeo de Cualificaciones, las destrezas se describen como cognitivas (fundadas en el uso del pensamiento lógico, intuitivo y creativo) y prácticas (fundadas en la destreza manual y en el uso de métodos, materiales, herramientas e instrumentos).

Competencia: demostrada capacidad para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales y metodológicas, en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal; en el Marco Europeo de Cualificaciones, la competencia se describe en términos de responsabilidad y autonomía. (Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2008).

Por otra parte, según De Miguel (2005: 16-20), uno de los objetivos fundamentales del proceso de convergencia europea es promover el cambio metodológico en la Enseñanza Superior. Además de los cambios relativos a la organización de las enseñanzas, afirma que se pretende impulsar un proceso de renovación de la metodología usada en la enseñanza universitaria para fomentar el aprendizaje autónomo del alumno. El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) promueve una teoría basada en el supuesto de que sólo se logra un aprendizaje eficaz cuando es el propio alumno el que asume la responsabilidad en la organización y desarrollo de su trabajo académico. El autor señala que aceptar este principio supone enfocar necesariamente los procesos de enseñanza desde una perspectiva distinta a la que se venía utilizando, ya que el centro de la actividad pasa del profesor al estudiante.

En este sentido, una emisora de radio universitaria sería un canal en el que el alumno pueda aplicar esos conocimientos que adquiere a través de la

teoría y logre alcanzar destrezas y competencias que la radio como medio le brinda.

De Miguel explica que las competencias genéricas “son aquellas que se pueden aplicar en un amplio campo de ocupaciones y situaciones laborales dado que aportan las herramientas básicas que necesitan los sujetos para analizar los problemas, evaluar las estrategias a utilizar y aportar soluciones adecuadas.” De Miguel (2005: 19) indica que también se les conoce como competencias transversales y que en resumen son habilidades necesarias para el empleo y para la vida como ciudadanos responsables, importantes para todos los alumnos independientemente de la disciplina que estén estudiando. Todas aquellas relativas a la selección y uso de la información, el manejo de bases de datos, la utilización de diversos lenguajes, la capacidad para ejercer el liderazgo, el dominio de las técnicas de trabajo en grupo, etc. Por otro lado, para el autor, las competencias específicas son:

aquellas que le aportan una cualificación profesional concreta al individuo, es decir, saberes y técnicas propias de un ámbito profesional específico. El dominio de estas competencias específicas aportarían a los alumnos los conocimientos teóricos y procedimientos metodológicos propios de cada profesión ya que están vinculadas a lo que podemos denominar "saber profesional" ó "saber hacer". (De Miguel, 2005: 19)

En una estación de radio universitaria es importante la implicación de los estudiantes así como el correcto desarrollo de cada una de las actividades que deben llevarse a cabo en ella para un correcto funcionamiento. La labor de supervisión y enseñanza, a nuestro juicio, debería ser realizada por personal cualificado para ello.

De Miguel destaca la importancia de distinguir a la hora de planificar los objetivos a través de los procesos de enseñanza entre competencias específicas vinculadas a una titulación o perfil profesional concreto y competencias genéricas o transversales que son comunes a varias situaciones laborales e indica que la filosofía del Espacio Europeo de

Educación Superior promueve que los planes de estudio relativos a las diversas titulaciones universitarias se organicen teniendo en cuenta esta nueva orientación del aprendizaje centrado en la adquisición de competencias tanto genéricas como específicas, de manera que todo ello implica que “sólo a través del desempeño de una actividad profesional podamos estimar la amplitud y nivel de las competencias adquiridas por un alumno (De Miguel, 2005: 9). Esta afirmación nos es de especial utilidad, ya que la puesta en marcha de un medio radiofónico universitario permitiría medir la aptitud y nivel de competencias adquiridas a lo largo de las asignaturas relacionadas con la radio, la expresión oral, la narrativa, la guionización, producción etc., al poder observar y calificar a los alumnos en función del trabajo realizado en un medio que funciona y emite de forma real, un universo que no se consigue mediante las prácticas de clase.

El plan de formación constituye uno de los pilares fundamentales a la hora de poner en marcha una emisora universitaria cuyo objetivo sea formar profesionales de la comunicación. Vázquez, a través de su encuesta sobre participación juvenil en radiodifusoras universitarias de México y España, realiza un estudio exploratorio, con el objetivo de identificar el nivel y las formas de participación juvenil en las radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior en México y España. De esta encuesta realizada entre noviembre de 2008 y junio de 2009, se extrae que de las 11 universidades que colaboraron y accedieron a realizar la encuesta,¹⁶⁶ 7 de ellas realiza tareas de evaluación del contenido y trabajo y sólo 3 de ellas emiten una calificación que se refleja en la nota final de sus colaboradores. Estas 3 últimas son: la universidad de La Laguna, la Universidad de Navarra (considerada taller estudiantil) y la Universidad de Extremadura (cuyas producciones son realizadas por alumnos de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual y de Documentación) (Vázquez, 2010: 23).

¹⁶⁶ Radio Complutense, Radio U. de Salamanca, Vox-UJI (Jaume I), 98. 3 (Navarra), UNI-Radio (Huelva), Radio CEU (Cardenal Herrera), Onda campus (Extremadura), Radio URJC (Rey Juan Carlos), UPF Radio (Pompeu Fabra), Radio Campus (La Laguna) y Radio UPV (Valencia).

Según Vázquez, hay avances en las intenciones formales de la emisoras de radio universitarias por llevar a cabo tareas de capacitación y formación, pero existen algunas limitaciones que no lo permiten en muchos casos. La autora justifica esta premisa a través de una pregunta que realiza en la encuesta anteriormente mencionada que solicita información a las universidades de por qué o qué motivos argumentan para trabajar en las emisoras con los jóvenes. De las 11 universidades que respondieron a la encuesta, UPF Radio (Universidad Pompeu Frabra) y la 98.3 Radio Universidad de Navarra indican que lo hacen por políticas universitarias y reglamento interno. Hay que destacar, que la 98.3, la radio de la Universidad de Navarra se consideraba en aquel momento un Taller de Radio en su totalidad, por lo que la respuesta en este sentido era de esperar.

Por otro lado, en la misma encuesta UJI (Universidad Jaume I) y CEU (Universidad CEU Cardenal Herrera) contemplan el trabajo con los alumnos debido a que se encuentra dentro de sus políticas universitarias. En InfoRadio UCM(Universidad Complutense) y Radio URJC (Universidad Juan Carlos) el motivo es que se contempla dentro de su reglamento interno. En el caso de las radios UniRadio Huelva, Vox UJI (Universidad Jaume I) y la 98.3 de la Universidad de Navarra, tienen vinculación directa con los centros educativos por lo que el motivo por el cual trabajan con alumnos es éste. En la Universidad de la Laguna, Radio Campus, su única motivación es la alta solicitud de participación de los jóvenes. La autora destaca que de las 11 emisoras que participaron en la encuesta, la Universidad de Salamanca, “manifestó acoger el taller de radio de la licenciatura en Comunicación Audiovisual, a pesar de ser administrada por el Gabinete de Comunicación y Protocolo y no contar con documentos formales para una vinculación oficial con alguna facultad en particular”. También hace una mención especial al caso de la Universidad de Huelva, “pues no existen lineamientos institucionales ni internos, ni la institución tiene carrera de Comunicación Audiovisual ni Periodismo, pero existe una fuerte vinculación de la Facultad de

Ciencias de la Educación, donde participan muchos jóvenes de manera totalmente voluntaria” (Vázquez, 2012: 292-293).

Para realizar un plan de formación acorde a una radio universitaria deberíamos tener en cuenta los objetivos que queremos conseguir, la metodología que vamos a utilizar para la consecución de los objetivos planteados y la evaluación del aprendizaje adquirido por los alumnos.

Vázquez (2013) ofrece en su tesis doctoral recomendaciones y propuestas de futuro encaminados a estudios posteriores sobre la formación en radio universitaria. La autora realiza un listado de propuestas a tener en cuenta según la experiencia de su investigación. En primer lugar, indica prever siguientes apartados a la hora de crear una emisora universitaria:

- Tener reglamentos claros, tanto institucionales como internos, para vincularlos de manera efectiva a colaborar en la radio.
- Hacer convocatorias regularmente con el fin de que se motive la participación de los jóvenes y la comunidad esté informada de las actividades de la radio
- Dar a conocer a los jóvenes las características del medio y sus ventajas (sobre todo sociales), tanto a nivel de campañas como de inducción
- Motivar a jóvenes que participen en organizaciones altruistas afines de la universidad para que tengan un espacio de difusión
- Dar capacitación a estos jóvenes para que adquieran seguridad
- Mantener una constante comunicación y fomentar la retroalimentación entre las personas que hacen radio de manera profesional y voluntaria
- Ofrecer a los jóvenes la oportunidad de proponer proyectos y seguir aprendiendo
- Incrementar el nivel de responsabilidad que los jóvenes puedan asumir
- Involucrar a los colaboradores jóvenes en los procesos de cambio y eventos especiales
- Hacer sentir cómodos, útiles, escuchados y motivar la creatividad de los jóvenes que participan. (Vázquez, 2013: 333)

Vázquez realiza un listado de propuestas para conseguir que la persona que colabore en una radio pueda alcanzar distintos niveles de aprendizaje. De esta manera, lo que ella denomina el *nivel para la formación básica*, estaría dedicado a personas del ámbito universitario que quieran colaborar con la radio de manera amateur; *nivel para la formación avanzada*, cuyos objetivos se pueden conseguir en radios que ofrecen programación generalista con control de calidad y plantilla profesional; y por último *nivel para la preparación profesional*, que según la autora se puede lograr siempre y cuando la emisora universitaria esté vinculada a talleres o asignaturas afines a la comunicación donde se cuide la calidad profesional (Vázquez, 2012: 333-335).

Para la autora, mediante el *nivel para la formación básica* se pretende conseguir:

- Abrir las puertas a voluntarios con interés por el medio
- Involucrarlos y darles una actividad acorde a sus intereses
- Ofrecer una inducción de la técnica y medio básico
- Hacer un programa piloto que les dé seguridad y puedan decidir si toman la responsabilidad que conlleva
- Realizar procesos de retroalimentación y motivación con regularidad
- Ofrecerles un buen ambiente dentro de la radio
- Mostrar flexibilidad para que no se sientan presionados o incómodos al participar (Vázquez, 2013:333-334)

Por otra parte, en el *nivel para la formación avanzada* se debería contemplar:

- Un plan de convocatoria con perfiles específicos de acuerdo al área donde se les incluiría
- Ofrecer una capacitación básica tanto de la técnica que no conocen como de las herramientas y actividades del área donde participen
- Realizar procesos de retroalimentación y motivación a través de asesores.
- Ofrecerles un buen ambiente dentro de la radio
- Motivar la creatividad y en la medida de su interés y su personalidad multitasking

- Determinar tiempos de participación y metas a conseguir
- Ofrecerles la posibilidad de crecimiento (Vázquez, 2013: 335)

Y por último, Vázquez plantea para lo que llama *formación para la preparación profesional*, las siguientes recomendaciones:

- Involucrar una asignatura o facultad, de preferencia relacionada al medio
- Ofrecer una capacitación más especializada que lo visto en asignaturas previas
- Tener un proyecto de formación específico
- Incluir en la dinámica el acceso y mucha práctica en todos las áreas y procesos de la radio
- Determinar tiempos de participación y metas a conseguir
- Darles responsabilidades de acuerdo al nivel de preparación e interés personal
- Contar con personal profesional que los asesore y supervise constantemente
- Ofrecerles un buen ambiente pero parecido al mundo profesional dentro de la radio
- Motivar la creatividad e innovación
- Incluir procesos de evaluación y medición de competencias de acuerdo a lo esperado
- Ofrecerles documentación que los acredite para conseguir un futuro empleo. (Vázquez,2013: 335)

Para la realización de este estudio, puesto que nuestro objetivo principal es crear un modelo de radio universitaria, hemos tenido en cuenta las indicaciones aportadas por Vázquez, así como por otros autores mencionados a lo largo de esta investigación, con el fin de conseguir un patrón a seguir a la hora de crear una emisora en una universidad.

Por otra parte, dadas las diferentes formas “enseñar a hacer radio” que existen, estudiaremos lo que Rodríguez (2001: 146) indica que podría

constituir un taller de radio para una institución educativa dada. Según la autora, un plan de formación adecuado para este tipo de enseñanzas debería constar de dos partes, una teórica y una práctica.

En la primera parte realiza un listado de temas que deben abordarse antes de comenzar la práctica: qué es la radio, los distintos tipos de programas, el funcionamiento técnico, los símbolos de locución, el lenguaje radiofónico y la confección de programas radiofónicos. En la segunda parte, la que denomina práctica, propone un primer acercamiento a la emisora: realizar grabaciones de noticias, prácticas de entrevistas, aprender a emplear el lenguaje radiofónico para crear imágenes a través de la palabra, de la música, del ruido, de los efectos y del silencio. Rodríguez sugiere además que se tengan en cuenta tres objetivos fundamentales a la hora de plantear el medio radio que serían: informar de actividades potenciando la participación social, motivar y suscitar el interés de los alumnos/as y potenciar el trabajo en grupo.

Por otro lado, la autora indica que a la hora de programar un taller de radio hay que tener en cuenta tres áreas diferenciadas:

Área de programación: Formar a los alumnos participantes, ver y elegir el tipo de programa a desarrollar, ejecutar un programa, enumerar los distintos hilos conductores, desarrollar las parrillas radiofónicas y crear los canales informativos (Rodríguez, 2001: 146).

En el caso de una emisora de radio universitaria, la tarea de programación vendría dada por la estación así como la parrilla y los espacios de información, dejando cierta libertad al alumnado para presentar propuestas de programas. Para ello, se pondrían en marcha campañas de captación puntuales dadas por la emisora en momentos concretos del año.

Área de producción: Recoger documentación sobre los programas, realizar las entrevistas, efectuar los reportajes en exteriores, redactar las noticias, elegir invitados, temas musicales, recabar material fonográfico grabado...Es la materialización de los programas (Rodríguez, 2001:146).

En este sentido, en una emisora universitaria deberían realizarse las tareas de producción específicas según la naturaleza del programa que se vaya a emitir, que en cada caso requerirá la realización de diferentes cometidos por parte del alumnado. En este apartado de producción, sería de vital importancia una reunión de coordinación para lograr el aprovechamiento del trabajo y material obtenido en varios espacios que lo puedan requerir.

Área de emisión: Mezclar voces femeninas con voces masculinas. Los alumnos/as rotarán en equipo, dos o tres alumnos/as, donde uno de ellos asumirá el papel de director/a de ese programa en cuestión. Esta área es la encargada de determinar las franjas de contenidos: sintonía de entrada o careta, saludos, sumario, introducción del programa, noticias, línea caliente, entrevistas grabadas con instituciones, contacto con los oyentes, debates, coloquio y despedida (Rodríguez 2001:146).

La rotación de alumnos es un aspecto interesante a contemplar para lograr que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea completo. Desde el punto de vista de una emisora universitaria, el cambio de rol estimularía la adquisición de nuevas competencias y responsabilidades por parte del alumno. Por otra parte, la tarea de realizar guiones y escaletas, sería más propia del área de producción que del área de emisión, en la que, si no se han realizado correctamente dichos guiones y escaletas, solo tiene lugar la improvisación.

En cuanto a la metodología utilizada, Rodríguez (2001:146) hace referencia en su artículo a tres pilares sobre los que debería sostenerse: la investigación, la flexibilidad y la participación. Para la evaluación la autora recomienda que sea sistemática, continua e integral, en el sentido de que no sea una evaluación ocasional que se realice al final del proceso de enseñanza aprendizaje, si no de manera continuada en el tiempo para poder corregir errores y carencias “nos importa más el proceso que el producto. La evaluación será integral, ya que a lo largo del taller tendremos que analizar todos los elementos que intervienen en él” (Rodríguez, 2001:146).

Efectivamente, tal y como afirma Rodríguez, nos interesa más el proceso, el aprendizaje de los alumnos, aunque se debería intentar que cuando los alumnos vayan tomando conciencia del trabajo en radio y adquiriendo las competencias necesarias para realizarlo correctamente, se obtenga cierta calidad en el producto resultante.

Revisada la teoría en cuanto a planes formativos se refiere, nos disponemos a proponer un plan de formación para radio universitaria, tal y como se estipula en la hipótesis inicial planteada en esta investigación.

1.4- Fundamentos para la creación de un modelo de radio en la UMA

Durante el estudio de caso hemos observado que cada universidad tiene la opción o la posibilidad de crear un plan de estudios para cada titulación de grado acorde a sus necesidades, dentro de los márgenes que permiten las normativas vigentes. Según la entrevista realizada a la Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, Inmaculada Postigo Gómez, la elaboración de los planes de estudios de la UMA para la adaptación de sus enseñanzas al cumplimiento de los compromisos adquiridos por el Gobierno al suscribir la Declaración de Bolonia fue un proceso largo.

Consideramos un plan de estudios como “el conjunto de materias que un estudiante debe superar para obtener la titulación de grado teniendo en cuenta todas las asignaturas que debe cursar de manera obligatoria y optativa, así como todas las actividades complementarias que debe realizar”.¹⁶⁷ A través de la entrevista mencionada a la profesora Postigo, hemos obtenido una síntesis del procedimiento a seguir a la hora de elaborar y homologar un título de grado universitario en el caso de Andalucía, un proceso que puede durar entre tres y cuatro años.

¹⁶⁷ Postigo, I. (26 de Noviembre de 2014). Entrevista Vicedecana Ordenación Académica Facultad Ciencias de la Comunicación UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 1

En primer lugar se requiere la decisión y autorización por parte de la universidad para crear unos estudios conducentes a la obtención de una determinada titulación. Acto seguido se pide permiso a la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, para la elaboración de un plan de estudios de una titulación concreta. Una vez que se obtiene tal permiso la universidad comienza a elaborarlo. La responsabilidad del mismo recae sobre la propia universidad y sobre el centro que la universidad adscribe para realizarlo, en este caso, la Universidad de Málaga y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la misma. Para la creación de los mismos se forma una comisión compuesta por profesorado que se encarga de elaborar las materias básicas y obligatorias y los nombres que acuñarán las mismas, proceso que quedará plasmado en la elaboración de una memoria. Este procedimiento se realiza mediante la elaboración de fichas y otros documentos. Una vez realizado este trabajo, debe ser revisado por la Junta de Centro, que es el órgano de gobierno de la facultad. Una vez aprobado por la Junta de Centro, se remite al Rectorado y éste último también debe aprobarlo si lo considera oportuno en su Consejo de Gobierno, que sería el máximo órgano de decisión de la Universidad de Málaga.

El siguiente paso consiste en enviar la memoria a la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía y es ésta última la que la envía a la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), que verifica si toda la documentación o memoria está correcta o no. Lo habitual es que una vez analizada, sugieran determinados aspectos susceptibles de mejora que deben ser cambiados. La ANECA debe revisar que la documentación sea acorde con lo que indica el Real Decreto de ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales), así como encargarse de la corrección de contenidos, estructura de las materias, personal suficiente para poder impartir el título y otros aspectos.

Una vez corregidos los aspectos susceptibles de mejora, la ANECA otorga la certificación de que el título solicitado queda aprobado, y es el Ministerio de Educación el que lo publica en su Catálogo de Títulos Universitarios Oficiales. En el momento en el que se obtiene la publicación en el Boletín Oficial del Estado del mismo, es cuando se puede comenzar a impartir las enseñanzas propias del título elaborado.¹⁶⁸

Según el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales debe contener los siguientes aspectos: descripción detallada del título, justificación del título, competencias generales y específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios, y que sean exigibles para otorgar el título, sistema de acceso y admisión de estudiantes, planificación de las enseñanzas, personal académico, con la descripción del profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto, recursos materiales y servicios disponibles, resultados previstos en valores cuantitativos, sistema de garantía de calidad y el calendario de implantación.

Una vez analizado el procedimiento que hay que seguir para la realización de un plan de estudios conducente a un título de grado, en función de los objetivos que se pretenden conseguir mediante la implantación de un plan de formación en radio para una emisora universitaria, concluimos con que la forma correcta para ello no es en esta ocasión la de título de grado, debiendo buscar otra alternativa que permita unir la radio universitaria con la formación reglada.

¹⁶⁸ Información extraída considerando las aportaciones realizadas por Postigo, I. (26 de Noviembre de 2014). Entrevista Vicedecana Ordenación Académica Facultad Ciencias de la Comunicación UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 1 y consultando documentación oficial relativa al proceso de creación de títulos.

Por todo ello, la pregunta que conviene plantear en este punto de la investigación es la siguiente: ¿qué forma tendríamos que darle a los estudios formativos de la radio universitaria para que fueran homologados por la propia universidad? Se trata de una pregunta compleja. Dado que nuestro caso de estudio es la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, buscamos la respuesta en este ámbito. Inmaculada Postigo, en la entrevista realizada, sugiere varias opciones al respecto, en la que basamos las siguientes soluciones:

- a) El enfoque como una o varias asignaturas a introducir en los títulos de grado implantados. Este enfoque implica la toma de la decisión de la naturaleza de la asignatura, que deberá ser básica, obligatoria u optativa. La diferencia entre una asignatura básica y una obligatoria es que la asignatura básica permite la convalidación de la misma cuando el alumno se matricula en otro grado de la misma rama, en este caso, la de Ciencias Sociales. La asignatura optativa es elegida por el alumno, por lo que no tiene la obligación de cursarla como en el caso de la obligatoria. Basándonos en el marcado carácter práctico que se le pretende brindar a la asignatura, podríamos decir que la mejor opción sería que se considerara una asignatura optativa. De esta forma, el alumno se implicará de manera vocacional y voluntaria en la realización de los trabajos implícitos en la asignatura, que servirán de contenido para la emisora. Un claro ejemplo de este modelo se da en la 98.3, la emisora universitaria de la Universidad de Navarra. En cuanto a la concreción de una o varias asignaturas, estimamos que con al menos una de carácter optativo a escoger en los cursos 3º y 4º de los Grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo sería suficiente.

- b) La vinculación de las asignaturas de radio ya existentes a la emisora universitaria. Este sería otro posible escenario. Para lograrlo, se debería proponer y aprobar por votación en la Junta de Centro de la Facultad (la misma que aprueba las programaciones docentes) y que

ésta las apruebe anualmente con la obligación o la recomendación de realizar contenidos para dicha emisora en la parte práctica de las asignaturas concretadas.

- c) Realizar prácticas en la emisora que conduzcan a la obtención de como máximo 6 créditos ECTS. Según el R.D de la Ordenación de Enseñanzas Universitarias, los estudiantes pueden convalidar hasta 6 créditos ECTS por la realización de otras actividades. Sería algo similar a los ya extintos créditos de libre configuración de las antiguas licenciaturas. Estas actividades pueden ser: la realización de ciertas materias obligatorias, optativas y complementarias, la elaboración del trabajo fin de grado, la realización de prácticas en empresas y o la realización de otras actividades complementarias, así como ciertos tipos de voluntariado.

- d) Para contemplar por qué motivos un alumno puede obtener este tipo de créditos, cada universidad, en cada grado y en su propio plan de estudios lo refleja. En nuestro caso, podría ser una opción para convalidar el trabajo realizado por un alumno en la emisora universitaria. Este hecho constituiría la modificación de un plan de estudios ya existente, lo cual es burocráticamente más sencillo y además posible en cualquier grado, según la Vicedecana de Ordenación Académica de la UMA, Inmaculada Postigo. El estudiante cuando termina su plan de estudios tiene que haber superado exactamente 240 créditos ECTS, y 6 de ellos pueden lograrse según los supuestos indicados.

En el caso que nos concierne, es decir, el de la creación de una emisora universitaria de carácter formativo, nos serían de utilidad las dos opciones mencionadas, el primer caso y segundo caso, para lograr una presencia oficial dentro del plan de estudios y en el tercer caso, para conseguir capacitar la participación voluntaria de los alumnos en los “cursos de radio” que se

denominarán como *Prácticas en radio universitaria nivel básico*, *Prácticas en radio universitaria nivel intermedio* y *Prácticas en radio universitaria nivel avanzado*. Como propuesta a tener en cuenta, recogemos de la entrevista realizada a la Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la recomendación de que la participación en las prácticas sea totalmente voluntaria así como que las asignaturas asociadas a la radio que realicen contenidos para la misma ofrezcan a los alumnos esta posibilidad de hacerlo de manera opcional, para no obligar a ningún estudiante a ejecutar dichas tareas en contra de su voluntad.

Por otro lado, para que se pudiera calificar el trabajo realizado por los alumnos con una nota computable en el expediente académico, sería imprescindible realizarlo utilizando la vía de la asignatura. En este sentido, para el caso de las *Prácticas en radio de nivel básico, intermedio y avanzado*, Inmaculada Postigo propone que la universidad expida un certificado de aprovechamiento que cuente con una calificación numérica, pero debemos insistir en que esta calificación no podría computarse como nota en el expediente académico del alumno. Para solicitar este tipo de certificado de aprovechamiento, se presenta la propuesta formal a la Junta de Centro, y se espera la aprobación del mismo. Este procedimiento se efectuaría de la misma manera en todas las facultades Españolas que quisieran ponerlo en marcha. De esta manera se realizarían tres títulos de aprovechamiento indicando el nombre de las prácticas y qué se ha hecho para la consecución del título, con un valor de 2 créditos ECTS cada uno, sumando hasta 6, que es el máximo que marca la normativa que se puede otorgar en este concepto.

Puesto que estamos contemplando el término “prácticas” surge la pregunta de si sería posible que los alumnos que realizan este tipo de tareas en la radio pudieran obtener remuneración económica. Actualmente la normativa de la UMA estipula la existencia de un convenio de colaboración con empresas externas por el cual se establece el tipo de seguro que cubre dichas prácticas además de las cantidades a abonar por parte de la

universidad y de la empresa externa a los alumnos. Pero debemos recordar, con datos de nuestra investigación, que el 56% de las estaciones de radio universitarias poseen becarios o contratados en prácticas remunerados por la propia universidad, por lo que es posible tener personal remunerado en concepto de beca o de prácticas.

1.5- Propuesta de un modelo de radio universitaria

Una vez consultada la información disponible y realizada una entrevista a las propias instancias del centro, cabe afirmar que, ya que la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga posee todos los equipos necesarios para poner en marcha una radio universitaria, a falta de un transmisor de FM, no sería necesario detenerse en este aspecto. Sin embargo, los motivos por los que este proyecto no se ha hecho realidad en este centro parecen coincidir en torno a la falta de la organización y coordinación que haría posible que perdurase en el tiempo. A nuestro juicio, con las siguientes propuestas, aspiramos a dar solución a cada uno de los centros que se hayan topado con estos escollos, primero mediante la solución que extraemos de la investigación realizada a las estaciones de radio universitarias españolas, y después, centrándonos en el estudio de caso de una UMA.

En cualquier caso, hemos podido comprobar en la investigación que la existencia de dos estudios de radio configurados para realizar autocontrol (incluso de uno solo, dependiendo de la afluencia de colaboradores a la emisora) sería suficiente para poder realizar las grabaciones desde uno de ellos y reservar el otro para la emisión en directo. Los puestos de redacción en la propia emisora hoy en día no suponen un problema debido a la proliferación de ordenadores portátiles y *tablets* que permiten realizar el trabajo de redacción, incluso de grabación y edición. Y si se tratase de una emisora on line, tampoco sería necesario tener un equipo de transmisión ya que hay plataformas o aplicaciones que permiten realizar la tarea de emisión en directo

así como el alojamiento de *podcast*. Por todo ello, afirmamos que es relativamente sencillo poner en marcha técnicamente una estación de radio.

1.5.1- Estructura y organización de una radio universitaria

Aplicando el método comparativo, consideramos que hay varios modelos de estación de radio universitaria que resultan apropiados desde el punto de vista organizacional. Para nuestro caso de estudio, sería efectivo proponer una mezcla entre los sistemas ejecutados por las radios universitarias de la Universidad de Navarra (UNAV) y la Universidad Miguel Hernández (UMH). En el primer caso, la 98.3 está totalmente ligada a la docencia mediante las asignaturas relacionadas con la radio,¹⁶⁹ que son 5 en el caso del Grado en Comunicación Audiovisual y 7 en el Grado en Periodismo. Esto es posible gracias a que los planes de estudio de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, están dispuestos de tal forma que las asignaturas se dividen en teoría y práctica, otorgándose 1/3 de las asignaturas a los profesores titulares, 1/3 a los asociados y 1/3 al PAS que es personal de la emisora. En este caso no proponemos realizar tal división, pero sí que tanto la asignatura de radio que existe en el Grado en Comunicación Audiovisual de la UMA, como las tres que existen en el de Periodismo,¹⁷⁰ por aprobación de la Junta de Centro ejecutasen la realización de contenidos para dicha emisora en la parte práctica de asignaturas concretas. Por otro lado, los planes de estudio de las titulaciones de grado no son inamovibles, por lo que cada año se puede proponer la incorporación de nuevas asignaturas que se adapten a las necesidades de los alumnos, lo que brindaría la posibilidad de introducir asignaturas de radio en el caso de considerarlo necesario.

Asimismo, tomando como ejemplo el planteamiento de Radio UMH, la labor de un docente bajo el paraguas de un Proyecto de Innovación Educativa podría suponer la supervisión académica del trabajo de los estudiantes de

¹⁶⁹ Asignaturas que contienen la palabra radio o derivados y/o el vocablo “locución” en su denominación.

¹⁷⁰ *Ídem*.

Ciencias de la Comunicación que realicen labores de manera voluntaria en la estación de radio. Este proyecto de innovación educativa debería otorgarle al docente una sustitución de créditos de docencia en consideración con el trabajo realizado, que calculamos que podría asemejarse a unas 100 horas anuales o una compensación económica.¹⁷¹ Por otra parte, somos conscientes de la inestabilidad que aporta la aprobación cada dos años de cada proyecto, pero insistimos en que sería adecuado seguir este modelo por los buenos resultados a nivel de organización que presenta en Radio UMH. Continuando con el planteamiento que se lleva a cabo en la Universidad Miguel Hernández, la coordinadora de la emisora, que es PAS, se encarga de la organización de la programación así como de la coordinación total entre todos los equipos de alumnos y colaboradores, cuya responsabilidad es realizar un cuadrante anual que permite la participación de los estudiantes y voluntarios en forma de espacios de entre 5 y 60 minutos de duración con cadencia, mensual, bisemanal, semanal, y diaria. A nuestro juicio, podría ser recomendable, además la inclusión de un cargo que se introdujera en los estatutos de la universidad como el del Director de la Radio Universitaria, quien tuviera el control administrativo de la misma velando por los intereses presupuestarios de la emisora.

Es destacable, por otra parte, el sistema de becas adoptado por On CEU Radio, de la Universidad CEU San Pablo, ya que cuentan con 8 alumnos que cobran por el trabajo realizado en la emisora con diferentes figuras: 2 de ellos con contratos de prácticas que son los editores, y 6 con becas de colaboración, lo que los sitúa en lo más alto de número de alumnos remunerados que trabajan en una emisora universitaria de las analizadas en esta investigación.

Desde el punto de vista de la organización del trabajo, es recomendable mantener una jerarquía marcada en la que los editores o jefes de sección

¹⁷¹ Actualmente la sustitución de créditos de docencia máxima reconocida para estas actividades en el POD de la UMA es de 10 horas.

(informativos y programas) sean alumnos veteranos que sepan guiar a los recién incorporados, así como que los alumnos que están al frente de la dirección de programas de cierta periodicidad e importancia también lo sean, así como para asegurarse la supervivencia de la emisora. Es importante que estos alumnos tengan remuneración debido al compromiso que conlleva percibir remuneración por un trabajo realizado.

Sin embargo, como hemos señalado a lo largo de toda la investigación hay que tener en cuenta la idiosincrasia o configuración de cada centro para poder seleccionar la aplicación de uno o varios modelos organizativos para una emisora de radio universitaria. Para conseguir ponerla en marcha es importante prever cómo será su organización y gestión desde los cimientos del proyecto. Es importante no dejar nada al azar para que el proyecto además de que tenga consistencia en el presente pueda sobrevivir en años posteriores. Se trata de aplicar a la propia idiosincrasia que presenta la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA como estudio de caso, los formatos organizacionales seleccionados a través de la investigación. Para ello acudimos de nuevo a la Vicedecana de Ordenación Académica de dicha facultad, como conocedora de todos los procedimientos administrativos así como de las necesidades de personal por su propio cargo.

Pese a los no pocos problemas que rodean la creación de una emisora universitaria, para Inmaculada Postigo, el principal problema sería el del Personal Docente Investigador disponible para tal proyecto. En este sentido, nos encontramos con varios contratiempos que solucionar. Durante la entrevista se trataron dos posibilidades para que los miembros del PDI pudiesen participar en la emisora:

- a) De manera voluntaria: Esta opción es sin duda la menos costosa. Apela a la vocación de los docentes y al deber de colaboración para con un proyecto importante para la universidad. El problema de esta opción radica en que cuando se realiza una tarea de manera voluntaria, difícilmente se puede exigir resultados a

cambio. Por otra parte se corre el riesgo de abandono del puesto por exceso de trabajo, por lo que esta opción quedaría descartada en un principio.

- b) De manera obligatoria: por esta vía el Rectorado de la UMA debería contemplar la radio universitaria como tarea ineludible para el profesorado. La forma de llevarla a cabo es mediante la exigencia a determinados docentes de la realización de un número de horas concretas en la radio universitaria en lugar de horas lectivas efectivas. Para conseguir poner en marcha esta opción, se requeriría una negociación previa con el Vicerrectorado. El concepto adecuado para esta vía sería sustitución de créditos de docencia por la realización de un número determinado de horas en la actividad de la radio y se considera cada año. Esta fórmula es conocida comúnmente entre los docentes como “descarga de créditos de docencia” pero insistimos en que la palabra *descarga* no resulta adecuada, pues se trata de la sustitución de horas de docencia por horas de colaboración en otras actividades. Para la Vicedecana de Ordenación Académica, esta opción, dada la elevada carga docente que actualmente el profesorado debe asumir, es poco factible. Solo se conseguiría llevar a la práctica en el caso de la emisora universitaria si el departamento en cuestión tuviera el suficiente profesorado para repartir de manera equilibrada entre los demás miembros del PDI lo que deberían impartir los docentes que dedicarían X horas a la realización de actividades en la emisora universitaria.

Por otra parte, continuando con la problemática del personal de la emisora universitaria formativa, retomamos la opción de intentar que llegue a ser un Proyecto de Innovación Educativa (PIE) reconocido por la UMA. La concesión de este tipo de proyectos se solicita bianualmente y se contempla dentro del Plan de Ordenación Docente (POD) la sustitución de créditos de

docencia, que también cambia cada año.¹⁷² Dentro del POD se contempla por qué tipo de actividades la universidad sustituye créditos de docencia presencial, también por créditos de participación en otras actividades como puede ser la pertenencia a un proyecto de investigación. Inmaculada Postigo destaca la inestabilidad de esta fórmula en caso de tenerla en cuenta para el proyecto que nos atañe, debido a que ello está sujeto a aprobación bianual, por lo que no se asegura la permanencia.

Por los motivos expuestos, se llega a la conclusión de que, para contratar personal específico para la emisora universitaria debería utilizarse la figura del Personal de Administración y Servicios (PAS). De esta manera, se pueden exigir ciertos requisitos para entrar a formar parte de la emisora universitaria, como pueden ser la formación académica y docente adecuada así como experiencia previa en radio. Se trata de la contratación de personal para un área determinada de un departamento, en este caso, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA.

Como aclaración, añadimos que, según la Vicedecana de Ordenación Académica, la contratación de Personal Docente Investigador (PDI) con los requisitos anteriormente mencionados no es posible, dado que los estatutos de la propia universidad indican que las personas que entran a formar parte de este colectivo lo hacen por la superación de un baremo en el que no se puede exigir formación concreta en el ámbito de la radio, entre otros motivos. De ahí la exposición de las posibilidades anteriormente indicadas, donde se explicaba que el Consejo de Departamento encargaría funciones en la emisora a cierto personal con perfil para ello dentro de la propia plantilla existente de PDI, que además deberían ser compaginadas con las funciones propias de los docentes como la impartición de clases presenciales en las titulaciones asignadas, realización de exámenes, etc. Es decir, la figura que

¹⁷² Plan de Ordenación Docente UMA 2014-2015. (s.f.). Obtenido de http://www.uma.es/media/files/POD_2014-15_Aprobado_CG_24_2_14.pdf

contemplábamos como sustitución de créditos de docencia. Debemos añadir que la retribución en nómina en el caso del PDI sería imposible en este caso de estudio. La única persona que podría percibir retribución extra por su trabajo en la emisora perteneciendo al PDI sería aquella que ostentara un cargo académico reconocido en los Estatutos de la Universidad de Málaga,¹⁷³ cuyo salario estaría estipulado en los mismos estatutos tal y como constan el resto de cargos académicos. Este cargo podría ser el de Director de la Emisora de Radio Universitaria. Dado que en esta investigación se consideran todos los aspectos a tener en cuenta desde los cimientos, la introducción de este cargo en dichos estatutos requeriría la aprobación en Consejo de Gobierno de la Universidad. De lo anterior se deduce que este proyecto aunque estuviese coordinado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, necesitaría de la coordinación del Vicerrectorado de Comunicación y del Rectorado de la Universidad.

En suma, proponemos como proyecto de emisora de radio para la universidad de Málaga una estación cuya configuración sea la siguiente:

Un organigrama formado por un Director administrativo que vele por los intereses monetarios propio de la universidad, cuyo cargo sea creado *exprofeso* e incluido en los estatutos de la universidad, y por lo que reciba una compensación económica. Este cargo podría ser compatible con otro dentro del seno de la propia universidad, cuyo subordinado directo sea un PAS con experiencia en radio y formación didáctica, el coordinador de la emisora, que ejerza las funciones de supervisión y liderazgo de alumnos de la emisora de radio, así como del mantenimiento y actualización de la página web de la estación de radio universitaria, como colgado de *podcast*, entre otros.

Un sistema de becas concedidas a 8 personas, bien sean becadas o contratadas en prácticas, cuya organización parta de una primera subdivisión

¹⁷³ Estatutos de la UMA. (s.f.). Obtenido de <http://www.uma.es/secretariageneral/normativa/propia/disposiciones/organosdegobierno/estatutos.htm>

en dos departamentos, uno de informativos y otro de programas, en los que estén al frente las figuras de jefes de sección, en concreto dos personas de las citadas ocho. Las otras seis, se encargarían de dirigir los 6 programas que debería mantener la parrilla en continuidad, independientemente de si se está en época de exámenes, de los cuales al menos dos deberían hacerse cargo de las redes sociales generales de la emisora de radio, con independencia de que cada programa pueda tener su propio perfil en las mismas.

Pensamos que lo adecuado es proponer al Consejo de Departamento que la emisora quede ligada a las asignaturas de radio, de manera que el docente que escoja la impartición de alguna de las mismas sea consciente de que la programación didáctica debe ir de la mano de la creación de contenidos para la radio universitaria, como forma de inclusión de prácticas reales en las propias asignaturas de los grados. Dejamos abierta la posibilidad, en el caso de que la comunidad docente lo estime necesario, de la inclusión de más asignaturas relacionadas con la comunicación a través de la radio, en futuras revisiones del plan de estudios.

En cuanto al formato de emisión, en un primer estadio sería factible una emisión on line a través de *podcast*, que después, conforme va avanzando la constitución de la emisora así como adaptándose el personal, pasara a ser compatible con la emisión on line, o en streaming emitiendo algunos programas en directo para lograr la formación de los alumnos con la presión que otorga este tipo de emisión, así como programas pregrabados. No hay que olvidar que los alumnos que nutren las universidades en la actualidad son ya nativos digitales, que contemplan el uso de internet como un instrumento de vital importancia a la hora de comunicarse:

La red es el medio de conexión por excelencia. Los procesos de información y la organización social que nacen de la red, están interconectados pero son individuales al mismo tiempo. Además de esto la red permite y alienta la entrada de los individuos dentro de un medio colectivo. Es esta cualidad colectiva lo que mantiene conectada y da sentido a la red. La no necesidad de

una ubicación física concreta para formar parte de un colectivo humano, es uno de los aspectos más innovadores de la comunicación web. (Campos, 2002)

En un segundo estadio podría concursarse a optar por una licencia en FM, tal y como funcionan UniRadio Huelva, UniRadio Jaén o UAL Radio, también conocida como Radiouniversidad.es, de la Universidad de Almería. Esto brindaría la posibilidad de que la audiencia que no está habituada a escuchar radio por internet también pudiera disfrutar de los contenidos que se ofrecen así como tener la opción de participar en la parrilla, como medio de comunicación abierto a la sociedad en general y a la comunidad universitaria en particular.

1.5.2- Normativa, estatutos y documentos importantes en una radio universitaria

En este apartado realizamos una síntesis de los documentos que deben existir en una estación de radio universitaria, para conseguir la armonía entre los grupos de trabajo de la misma que son: docentes, alumnos, personal propio de la emisora así como colaboradores externos y toda la comunidad universitaria. Para la elaboración del mismo, hemos tenido en cuenta el análisis de la documentación de las emisoras universitarias estudiadas en este trabajo, así como las aportaciones de los entrevistados. De la investigación realizada hemos obtenido que los documentos necesarios para ello son: un reglamento o normativa propio de la radio universitaria, un decálogo del buen locutor, unas normas de funcionamiento interno, un código deontológico propio de la emisora acorde con la normativa de la misma y un libro de estilo. Cada uno de estos documentos contiene indicaciones que si son respetadas por todos los participantes en la estación, pueden asegurar una correcta convivencia.

Como ejemplo de normativas o reglamentos de radios universitarias podríamos citar los documentos elaborados por UniRadio Huelva¹⁷⁴ o los de Radio UMH.¹⁷⁵ En ellos debe quedar patente todas las cuestiones relacionadas con la estación de radio universitaria, pues es el documento al que se debe acudir en caso de duda sobre cualquier tema que implique a la emisora. De esta forma, sería recomendable que el personal que pase por la estación de radio que se prevea que lo hará con asiduidad, bien sea docente, estudiante o personal externo de la universidad, debería leer y firmar una copia de dicho documento en el primer día de su paso por la misma, asegurándonos el correcto funcionamiento de la estación, debido al conocimiento de todos los implicados del engranaje de cada una de las partes que la componen.

Deberían hacerse patentes en este documento los fines y principios de la estación de radio universitaria, en los que se incluyan los objetivos de la emisora, así como la inserción de determinados tipos de programas en la parrilla que permitan llevar a cabo los mismos, la especificación de las instalaciones y del ámbito de emisión, la descripción de los órganos directivos y de administración, así como la existencia si la hubiera, de un Consejo Asesor formado por miembros de la comunidad universitaria que representen a todas las partes de la misma y sus funciones. También debería constar en este documento si existiera una asociación detrás de la constitución de la emisora, los fines de la misma, así como la presencia o no de un Consejo Directivo y sus funciones.

Por otro lado, sería imprescindible reflejar los derechos y deberes de toda persona que pase por la radio universitaria, y la especificación de los recursos económicos con los que se contará para la subsistencia de la misma. Se podrían añadir disposiciones adicionales que especifiquen el tratamiento

¹⁷⁴ Normativa UHU (s.f.). Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de http://www.uhu.es/sec.general/Normativa/Texto_Normativa/2011-11-reglamento-uniradio.pdf

¹⁷⁵ Reglamento Radio UMH. (s.f.). Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de <http://radio.umh.es/files/2012/07/Reglamento-de-la-Radio-Universitaria.pdf>

de ciertos temas relacionados con la universidad o con la información que se propague a través de la estación, para lograr una coordinación completa con los objetivos de la emisora, así como la asignación del formato que se utilizará para dar cuenta anualmente de las actividades realizadas en la estación. Sería recomendable además introducir un punto que especifique comportamientos inadecuados y sanciones que se ejecutarán en el caso de producirse.

Entre otros documentos útiles en este tipo de estaciones, contemplamos la introducción de un “decálogo del buen locutor”, en el que se incluyan orientaciones sencillas sobre el comportamiento ante el micrófono de todas las personas que acuden a la emisora, un decálogo que debería estar a la vista de todos. Este documento debería contener el compromiso de los locutores con la periodicidad de emisión acordada, con el cumplimiento de las normas de la emisora así como las normas para mantener las instalaciones en condiciones óptimas de funcionamiento y limpieza.

Sería importante contemplar en el mismo la obligatoriedad de comunicar a la dirección de la emisora con antelación las actividades que puedan surgir de interés para la radio universitaria, así como solicitar la acreditación para las éstas. El compromiso con la realización del programa según el formato acordado, así como la potenciación de la participación de la comunidad universitaria favoreciendo la buena relación con los compañeros es otro aspecto importante a tener en cuenta, así como la obligatoriedad de acatar las sugerencias y directrices que tome la dirección de la radio y colaborando con la misma en la medida de lo posible en todas las acciones, así como la participación en la formación que la dirección estime oportuna para cada persona.

Por otro lado, debería contemplarse en este decálogo que la radio es universitaria y que va dirigida a la comunidad universitaria y a la sociedad en general, por lo cual deben adecuarse los contenidos a este público. Se trata

de una radio docente que debe ser ejemplar en cuanto a la calidad sonora y radiofónica que se ocupe también de los asuntos culturales y de actualidad que tengan que ver con la sociedad que la rodea, siendo respetuosa, creativa, imparcial, y en la medida de lo posible profesional, teniendo en cuenta que es una radio docente en la que tienen cabida sobre todo productos originales así como la experimentación.

Las normas de funcionamiento interno o de buen uso de las instalaciones, a nuestro juicio, son de especial utilidad cuando se trata de infraestructuras por las que pasa una cantidad considerable de personas a lo largo del curso. Es por este motivo que contemplamos la necesidad de, al igual que sugerimos que se haga con el decálogo del buen locutor, se elabore y ponga a la vista de todos este documento en la emisora. En este sentido, Radio Campus de la Universidad de Extremadura supone un ejemplo, así como Radio URJC, de la Universidad Rey Juan Carlos. Proponemos por lo tanto que en este documento se incorporen indicaciones sobre el correcto manejo de los equipos de la radio, con instrucciones concretas como la de no cambiar los cables del *patch*, apagar las etapas de potencia al terminar para evitar el sobrecalentamiento, y en general, velar por el buen manejo de material así como de las instalaciones del estudio, absteniéndose de usar los equipos si no se conoce el procedimiento para ello.

Sería recomendable establecer un máximo de personas por locutorio o cabina de grabación, la obligatoriedad de controlar los niveles sonoros para evitar picos que puedan dañar los equipos, así como indicaciones sobre qué debe ocurrir cuando se encuentra algún desperfecto en los equipamientos de la estación universitaria. Se deberían contemplar en este documento el procedimiento a seguir en caso de requerir material adicional al existente en las instalaciones, así como prohibiciones expresas como la de comer, beber o fumar dentro de los estudios, y en qué documento se ubican las consecuencias derivadas de no cumplir con alguno de los puntos citados, cuyo lugar aconsejable sería la normativa de la radio.

A tener en cuenta en estas normas de funcionamiento, debería ser el tipo de música que se puede utilizar siendo original o libre de derechos, así como el respeto a las normas del buen gusto y sentido común utilizando un lenguaje adecuado, recordando que se trata de una emisora de radio universitaria.

Otras normas básicas a incorporar serían por ejemplo tener en cuenta que antes de utilizar el estudio el usuario deberá asegurarse de que no está ocupado y de que sabe manejar los aparatos que va a emplear (insistiendo en ello), así como dejarlo en orden después de su utilización. Se debería tener especial cuidado con la introducción en la emisora de personas ajenas a la radio sin un permiso explícito, así como en ningún caso eliminar archivos de audio del ordenador del estudio para evitar equivocaciones. Por último, deberían incluirse en estas normas instrucciones sobre dónde y cómo guardar las grabaciones que se realicen así como el formato de las mismas.

Otro documento que debería poseer una estación de radio universitaria de estas características es un código ético propio, o un código deontológico. En este sentido, es un buen ejemplo es RUAH Alcalá, la radio universitaria de la Universidad de Alcalá de Henares, que contempla en este documento los fines de la comunicación, las diferencias entre objetividad, información y opinión, los derechos de la sociedad y de los particulares, cómo realizar rectificaciones, tipos de fuentes que se pueden utilizar, el secreto profesional, conflictos de intereses, manejo de información, así como el compromiso adquirido por la radio universitaria con la sociedad.

Es sabido que la materia deontológica es tratada en forma de asignatura en las titulaciones de Ciencias de la Comunicación, pero debemos tener en cuenta que pueden pasar por la estación alumnos que aún no han cursado estas asignaturas, por lo que no está de más elaborar un documento propio que contenga ciertas indicaciones básicas al respecto.

También presenta su propio libro de estilo RUAH Alcalá, en el que proponen unas pautas básicas para la aceptación de proyectos y la ejecución de los mismos en las que deberían coincidir los principios y objetivos establecidos en los estatutos de la universidad así como en la normativa o reglamento de la radio, pautas para evitar la discriminación por etnia género o condición social y el objetivo de promover el cuidado y preservación de la naturaleza en todo momento entre otros.

La 98.3 de la Universidad de Navarra por su parte, llamando a este documento “Algunos criterios básicos de redacción, producción y locución” plantea una serie de pautas que podríamos considerar de estilo como la brevedad de las frases que se ejecutan en la radio, así como consejos para obtener claridad y coherencia en los mensajes. Incluyen además instrucciones sobre la improvisación en las entrevistas a expertos, o el correcto uso de recursos sonoros, así como referencias para realizar correctamente las locuciones.

Mediante el uso de estos documentos se establece un mapa claro que incluye quiénes son los responsables, cómo se organizan los recursos técnicos y personales en la estación así como criterios de actuación ante la mayoría de circunstancias posibles.

1.6- Vinculación de la emisora universitaria con la formación reglada

Antes de ejecutar el objetivo de implementar un plan de formación para emisora de radio universitaria destinada a los estudiantes de Comunicación Audiovisual y Periodismo, realizamos una síntesis de las formas que hemos descubierto que se contemplan en la Facultad de Ciencias de la comunicación de la Universidad de Málaga para vincular una futura emisora de radio universitaria con la formación reglada. Hay dos formas de conseguir la

vinculación de la emisora universitaria con los planes de estudios de los grados:

- a) Implementar asignaturas nuevas para introducir en los grados relacionados con la radio.
- b) Proponer la obligatoriedad o sugerencia de crear contenidos para la emisora desde las asignaturas de radio existentes en los grados.

Dado que un plan de formación enfocado a la preparación de los alumnos de manera práctica no encajaría dentro de los parámetros anteriormente citados, nos decantamos por realizar una oferta de prácticas independiente de la formación reglada. Se trataría entonces de estudios propios de la emisora universitaria que se deberían proponer como prácticas y por lo tanto deberían tener un carácter voluntario. Según Inmaculada Postigo Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la UMA, sería posible sin embargo otorgar hasta 6 créditos por la realización de este tipo de formación si así se contemplara en la normativa de la universidad, tal y como ocurre con actividades como el voluntariado.¹⁷⁶

Contemplándose como una formación independiente y voluntaria, dirigida a los alumnos de las titulaciones en Comunicación Audiovisual y Periodismo, proponemos una nomenclatura para los mismos. Así quedaría como una equivalencia en créditos ECTS:

- Prácticas en radio nivel básico: 2 créditos ECTS.
- Prácticas en radio nivel intermedio: 2 créditos ECTS
- Prácticas en radio nivel avanzado: 2 créditos ECTS.

Planteamos que además de la concesión automática de dicho número de créditos a quien la dirección de la emisora considere oportuno, se hiciera

¹⁷⁶ Postigo, I. (26 de Noviembre de 2014). Entrevista Vicedecana Ordenación Académica Facultad Ciencias de la Comunicación UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 1

entrega de un certificado de aprovechamiento expedido por la UMA al interesado/a con una calificación que reflejara de manera simbólica el trabajo realizado por el alumno en la emisora, de naturaleza no computable en expediente académico, dado el carácter independiente de la formación.

A nuestro entender, en un sistema ideal el personal de la estación estaría formado por un equipo directivo en el que tuviesen cabida la figura de un Director, que estaría reconocido en los estatutos de la Universidad de Málaga, cuyo cargo se enfocaría a la gestión económica de la radio universitaria, así como a la toma de decisiones importantes, como cabeza visible de la estación de radio. Por otro lado sería necesaria la existencia de una persona perteneciente al colectivo del Personal de Administración y Servicios (PAS), en la figura de Coordinador de la emisora, cuya formación académica y docente debe ser adecuada para el puesto así como tener experiencia previa en radio. Su cometido sería el de coordinar la emisora desde dentro así como supervisar y formar a los alumnos que pasen por la radio universitaria.

Por otro lado, sería adecuado introducir también la figura de al menos un docente que mediante un Proyecto de Innovación Educativa (PIE) ayude en la supervisión del trabajo diario de los alumnos así como que coordine con los docentes de las asignaturas de radio vinculadas a la emisora los contenidos de los microespacios realizados a través de las prácticas regladas junto con el coordinador de la estación.

Por otra parte, el Personal Docente Investigador (PDI) que participara en la emisora debería poder hacerlo de tres maneras:

- a) De forma voluntaria.
- b) Vinculando las prácticas de sus asignaturas de radio a la emisora.
- c) Consiguiendo una sustitución o reducción de créditos de docencia para colaborar durante X horas en la emisora a través de un Proyecto de Innovación Educativa.

Recordamos que el PDI participante no podría obtener en este centro al que nos referimos, rendimiento económico extra por esta colaboración en la estación a no ser que se trate del director de la emisora, cuyo cargo debería introducirse en los Estatutos de la Universidad de Málaga.

El sistema que proponemos, en un estadio avanzado de la andadura de la emisora, podría estar coordinado por un equipo de becarios, contratados en prácticas, estudiantes en prácticas, e incluso alumnos que realicen el Trabajo de Fin de Grado, en el que hubiera dos jefes de área, uno para informativos y otro para programas, cuyos subordinados sean los directores de los programas que se emiten en parrilla de manera continua.

Incidimos en la necesidad de la implantación de un sistema como el que proponemos, debido a la escasa carga docente que se oferta en algunas universidades como por ejemplo en la Universidad de Málaga en materia radiofónica, que podría constituir la base para saber desenvolverse en otros medios de comunicación. Recordamos las palabras de Juan Tomás Luengo al respecto:

(...) veo que los cuatrimestres se quedan muy cortos. Al final son 11 ó 12 horas de clase en el cuatrimestre y cada grupo tiene 20 alumnos más o menos con lo cual no da tiempo a hacer gran cosa.¹⁷⁷

En palabras de los propios profesionales de la UMA, las prácticas regladas en esta materia no son suficientes:

Creo que no. Creo que se hacen una idea, pero creo que no, porque faltan horas de prácticas, no porque el profesorado sea mejor o peor, sino porque faltan horas prácticas.¹⁷⁸

¹⁷⁷ Luengo, J. T. (23 de Febrero de 2015). Entrevista Director Escuela de Radio Campus UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 3

¹⁷⁸ Del Castillo, J. C. (10 de Marzo de 2015). Entrevista PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UMA. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 7

Por otro lado, los profesionales de la radio comercial que han sido entrevistados para esta investigación indican que el sistema actual no asegura una formación básica en radio:

Para trabajar en una emisora de radio o en un medio de comunicación los alumnos tienen un grave problema práctico. Tienen conocimiento pero tienen escasa formación práctica. Siempre que vienen aquí los alumnos a hacer la beca, tienen la oportunidad de trabajar en un sitio en el que desde el minuto cero van a salir a la calle y se van a encontrar con que van a una rueda de prensa que dura una hora y media y yo les voy a pedir que me cuenten lo que se ha dicho en esa rueda de prensa en un minuto con una grabación y ese es el primer problema que tienen los alumnos. Eso no es fácil y se tiene que aprender.¹⁷⁹

No creo que haya espacio en las privadas locales para hacer prácticas tantas personas. Yo creo absolutamente necesario, y sobre todo, dos meses o tres meses de prácticas no creo que forme de ninguna de las maneras a un periodista en las prácticas que haces fuera de la facultad, y es más dependiendo donde le toque hacer las prácticas unos alumnos estarán mejor formados y otros peor, por lo tanto el porcentaje de gente que sale formada es mínimo. (...) Creo que lo mismo que hay asignaturas donde nos meten en laboratorios y nos enseñan a escribir, debería haber una asignatura en la que nos metieran en un laboratorio audiovisual y nos enseñarían de verdad radio, a hacer radio en directo. No que hagamos talleres donde nosotros simulamos que estamos haciendo un informativo, sino hacer un informativo de verdad, con noticias de verdad, sin ningún tipo de censura, y con un editor que pudieran ser los mismos profesores y conductores de los informativos donde los estudiantes se hagan cuenta de que están en el aire de verdad desde primero de carrera o desde segundo, pero por lo menos que se tire la gente tres años haciendo este tipo de actividades. De esta forma creo que si puede realmente salir una persona preparada para trabajar en cualquier medio.¹⁸⁰

¹⁷⁹ Atencia, J. M. (5 de Marzo de 2015). Entrevista Director de Contenidos Cadena SER Málaga. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 5

¹⁸⁰ Martín, E. (9 de Marzo de 2015). Entrevista Director emisoras musicales grupo PRISA y alumno de Periodismo. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 6

(...) yo te digo que la adrenalina del directo es importante para que los alumnos se familiaricen y para que sepan desenvolverse en el medio radiofónico. Hacer unas prácticas en un estudio grabándolo, sinceramente a mí me da que eso no sirve absolutamente de nada. Cuando tú estás en un directo y estás de cara a una audiencia te sale todo lo que llevas dentro y entiendo que esas prácticas tendrían que ser obligatorias y con emisión en directo. No debería tratarse como un taller práctico. Deberían ser unas prácticas vinculadas a la docencia sobre todo en la universidad (...)¹⁸¹

Pero no se trata de un hecho aislado que ocurra en la provincia de Málaga. Los responsables de las emisoras universitarias españolas también consideran que los alumnos deben hacer prácticas reales para conseguir una formación óptima, y una plataforma ideal para ello es la radio universitaria:

Las emisoras locales que nos piden becarios, solicitan personas que hayan pasado previamente por Onda Campus, porque saben que es gente que está ya formada que no va a dar trabajo, va a quitar trabajo. Es una formación adicional imprescindible a la hora de competir para entrar a trabajar en una emisora comercial.¹⁸²

La parte del entrenamiento práctico la aprenden mucho mejor que el que no lo hace. La radio tiene mucha parte de oficio que se adquiere entrenando.¹⁸³

(...) es una pena que no tengamos más asignaturas de radio nuestro plan de estudios. A los alumnos de nuestra facultad que les guste la radio tienen que pasar por iRadio para llevarse una formación completa de radio. Es donde terminan de soltarse y de adquirir competencias que tienen que ver sobre todo con el tema práctico. Con unas cuantas horas de clases de radio no es suficiente, necesitan pasar muchas horas delante de un micrófono.¹⁸⁴

¹⁸¹ Ramírez, O. S. (5 de Marzo de 2015). Entrevista Coordinador Radiolé Málaga y egresado del Grado en Comunicación Audiovisual. (R. Pinto, Entrevistadora) ANEXO 6

¹⁸² Martín, D. (16 de Diciembre de 2014). Entrevista Director Onda Campus. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁸³ Ortiz, M. Á. (15 de Enero de 2015). Entrevista Coordinador InfoRadio UCM. (R. Pinto, Entrevistadora)

¹⁸⁴ García, I. M. (5 de Febrero de 2015). Entrevista Coordinadora iRadio UCAM. (R. Pinto, Entrevistadora)

Una vez sintetizadas las formas de vincular la formación reglada a la emisora de radio universitaria, nos disponemos a elaborar la propuesta de plan de formación para una emisora conducente a la formación específica en radio de los alumnos de los Grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo.

1.7- Propuesta de plan de formación en radio para estudiantes de Comunicación Audiovisual y Periodismo en la radio universitaria

Para la creación del plan de estudios o plan de prácticas de una radio universitaria formativa hemos de plantear objetivos, actividades que conduzcan a la consecución de dichos objetivos, una metodología de evaluación y un sistema de capacitación o reconocimiento de lo aprendido.

Nuestro plan de formación se divide en tres cursos a los que pueden acceder alumnos de Ciencias de la Comunicación, de las titulaciones en Comunicación Audiovisual y en Periodismo:

- Primer curso de radio, nivel básico.
- Segundo curso de radio, nivel intermedio
- Tercer curso de radio, nivel avanzado.

Para todos los cursos o niveles se concibe plantear objetivos orientados a obtener conocimientos genéricos o transversales o disciplinares, mientras que cada curso tendrá sus objetivos enfocados a obtener la adquisición de competencias profesionales o específicas.

Las actividades también serán comunes cuando su orientación sea la consecución de objetivos transversales o genéricos, mientras que cada curso tendrá asignadas sus actividades concretas para lograr objetivos profesionales o específicos.

En cuanto a los objetivos genéricos o transversales nos referimos a lo que en el Libro Blanco de Títulos de Grado de la ANECA se considera que el alumno debe saber llamado “conocimientos disciplinares”, mientras que en los objetivos enfocados a la consecución de competencias profesionales o específicas encontramos en este libro de referencia *como* “competencias profesionales o saber hacer”.¹⁸⁵

Para la evaluación, proponemos que se realice mediante la observación directa, teniendo en cuenta la asistencia, responsabilidades adquiridas, motivación y el trabajo realizado. La metodología utilizada para la evaluación podría consistir en un cuestionario que cumplimentase el personal de la radio. Dicho cuestionario sería una plantilla que contuviese los objetivos a alcanzar y la posibilidad de introducir al lado de cada ítem una nota numérica.

La capacitación o reconocimiento del trabajo realizado podría efectuarse mediante una calificación comprendida entre el aprobado, notable, sobresaliente o matrícula de honor, e iría impresa en un diploma en el que conste el título del nivel superado, sea básico, avanzado o profesional. Se contempla la posibilidad de proponer al Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado la consecución de créditos de libre configuración o la homologación como practicas externas, e incluso como prácticas profesionales cuyo valor actual es de 6 créditos según los planes de estudios de la UMA.¹⁸⁶ También se podría contemplar la realización del Trabajo Fin de Grado en formato radiofónico, aunque este no dependería de dicho Vicerrectorado, si no de la decisión de los propios estudiantes y del director del mismo.

¹⁸⁵ ANECA. (2004). Libro Blanco. Títulos de grado en comunicación. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. ANECA. ESPAÑA.

¹⁸⁶ Plan de Estudios Grado en Comunicación Audiovisual UMA (s.f.). Recuperado el 11 de Noviembre de 2014, de <http://www.uma.es/grado-en-comunicacion-audiovisual/info/9727/plan-de-estudios-comunicacion-audiovisual/>

A grandes rasgos, proponemos que para la superación del primer curso de radio o nivel básico, el alumno deberá saber realizar las labores propias de un locutor de radiofórmula musical así como ser capaz de confeccionar pequeñas piezas que se integrarán en la parrilla a modo de microespacios. Esta idea de los microespacios bebe directamente del sistema utilizado en la 98.3, la emisora de radio universitaria de la Universidad de Navarra, estación pionera en la creación y puesta en marcha de planes de formación orientados a la práctica en radio.

Para la superación del segundo curso de radio o nivel intermedio, el estudiante deberá saber ejecutar las labores propias de un locutor de radiofórmula además de realizar el trabajo que se requiere para la creación de un informativo universitario, de esta manera el alumno deberá pasar por cada uno de los puestos que componen la estructura de un informativo radiofónico y saber desenvolverse en cada uno de ellos. Se contempla la posibilidad, al igual que en la Universidad de Navarra se realizaba en planes de formación anteriores, de que el alumno de cursos superiores de radio tenga entre sus funciones la de revisar el trabajo de sus compañeros de cursos inferiores de radio.

Para obtener el reconocimiento del tercer curso de radio o nivel avanzado, el alumno deberá saber desarrollar las labores comentadas en los anteriores cursos (locutor de radiofórmula, personal de informativo radiofónico) así como las tareas propias de la realización del magazine, asumiendo las diferentes responsabilidades de los puestos que conforman este tipo de programas de manera rotativa, tal y como sucedía en el curso anterior con el informativo. No pretendemos “encorsetar” la parrilla de la emisora con la utilización de géneros radiofónicos clásicos como son el magazine o el informativo. Observamos la idea de que los alumnos de tercero de radio o nivel avanzado propongan programas innovadores y los lleven a cabo, siempre y cuando se autorice por parte del personal de la emisora. Perseguimos con ello que el alumno en primer lugar aprenda a ejecutar las

labores básicas para trabajar en una emisora de radio, con la intención de que después otorgue cierta calidad al producto que proponga y desarrolle por su cuenta, asegurándonos que la experimentación con nuevos formatos se realiza con las bases bien asentadas.

En cuanto a la temporalización del primer curso y del segundo curso de radio proponemos que sea de un semestre, mientras que la duración del tercer curso sea del año académico completo.

Al tratarse de un plan de formación confeccionado para una futura emisora que aún no se ha puesto en marcha, entendemos que durante el primer semestre sólo se emitirá radiofórmula y microespacios debido a la inexistencia de los cursos posteriores a los que accederán los que cursan primer año al inicio de la andadura de la emisora. Como es lógico, durante el segundo semestre de andadura de la emisora ya se podrá disponer de servicios informativos, pero no será hasta el curso académico posterior hasta cuando se pueda poner en antena el magazine.

Para vincular las asignaturas a la emisora universitaria, se sugiere que se estipule por aprobación mediante Consejo de Departamento la obligatoriedad de que se realicen en forma de microespacios como prácticas de las asignaturas de radio. Esta idea surge de la investigación que hemos realizado en otras emisoras, en concreto, como se ha comentado anteriormente, del modelo utilizado en la Universidad de Navarra, así como el modelo que presenta Europea Radio, de la Universidad Europea de Madrid. En ellas algunas asignaturas del plan de estudios de los grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, deben contribuir a la programación o parrilla de la emisora con la creación de microespacios. Sugerimos la posibilidad de que el contenido de los mismos se pacte con el personal de la estación, con el fin de no repetir los temas seleccionados para los alumnos de primero de radio o nivel básico.

Contemplamos también la participación voluntaria de personas del resto del campus que podrán proponer programas, así como de alumnos de Ciencias de la Comunicación que estén interesados en “probar” sin adquirir el compromiso de realizar los cursos de radio. Para ello se les solicitará un proyecto de programa o una maqueta, que será evaluada por el personal de la emisora, y tras una entrevista con los interesados, en el caso de ser seleccionada, se le asignará un horario de emisión con el que deben comprometerse.

Con el objetivo de lograr un correcto funcionamiento de la emisora, proponemos que a las personas de nuevo ingreso se les imparta un *training* básico inicial. De esta forma, se obtendrá cierta cohesión en el estilo de la emisora.

En la siguiente tabla mostramos el esquema del plan de estudios propuesto:

TABLA PLAN DE ESTUDIOS						
CURSOS	OBJETIVOS		ACTIVIDADES		EVA LUACIÓN	CAPACI TACIÓN
	Transversales	Competencias Profesionales	Transversales	Profesionales	Plantilla	Aprobado, notable, sobresaliente, o matrícula de honor.
1º de radio Nivel básico	Comunes	Específicas del nivel exigido	Comunes	Específicas del nivel exigido	Específica del nivel exigido	
2º de radio Nivel Intermedio		Específicas del nivel exigido		Específicas del nivel exigido	Específica del nivel exigido	
3º de radio Nivel Avanzado		Específicas del nivel exigido		Específicas del nivel exigido	Específica del nivel exigido	

Una vez esbozado el plan de estudios planteado para el funcionamiento de la estación de radio universitaria, nos disponemos a desgranar los objetivos, actividades y evaluación por curso de radio. Para realizar esta labor nos hemos basado en las indicaciones del Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación de la ANECA. De los Grados en Comunicación Audiovisual

y en Periodismo, hemos seleccionado los perfiles profesionales afines a un proyecto radiofónico. De esta forma hemos elegido los siguientes:

Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte, procedente de la titulación de periodismo, cuya definición según el citado manual es:

Profesional del periodismo en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros creando contenidos periodísticos. Comprende las tareas de redactor, reportero, presentador y director de uno o de varios de ellos, incluido el diseño escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia. (ANECA, 2004: 191)

Se trata de un perfil totalmente adecuado para trabajar en una emisora de radio tal y como indica el enunciado. Por otra parte, aunque no se contempla en esta investigación hay un perfil más de la titulación de periodismo que podría ser acorde a nuestro proyecto radiofónico, es el siguiente:

Gestor/a de portales y editor/a de contenidos: Profesional en la redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas. Especialista en el tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos por medio de sistemas preferentemente digitales. (ANECA, 2004: 31)

Este perfil sería especialmente útil para la emisión on line, sería conveniente incluir como parte del personal de la emisora personas con este perfil dedicadas a los contenidos web.

Por otro lado, de la misma fuente, pero en este caso procedente del Grado en Comunicación Audiovisual extraemos varios perfiles profesionales afines a nuestro proyecto:

Director, guionista y realizador audiovisual: Profesional especializado en tareas de guión y dirección-realización en los distintos medios audiovisuales-

cinematográfico, televisivo, videográfico, publicitario, radiofónico, de infografía y multimedia- con conocimientos de los procesos técnicos y artísticos. Profesional polivalente capacitado para poner en escena un proyecto, un plan de trabajo y un presupuesto previo. (ANECA, 2004: 227)

Productor y gestor audiovisual: Profesional que diseña, planifica y organiza los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios para la producción de obras audiovisuales en sus diversos formatos. Conoce las técnicas y procesos de creación audiovisual y los mecanismos legislativos y políticos de la comunicación. En calidad de productor ejecutivo crea, compra derechos, desarrolla y comercializa proyectos. Está capacitado para dirigir y gestionar una empresa de producción audiovisual y multimedia. (ANECA, 2004:228)

Diseño de producción y posproducción visual y sonora: Profesional experto en el diseño de todos los aspectos vinculados al sonido, la imagen y el grafismo en las diversas fases de la producción audiovisual. Su perfil profesional también abarca los entornos interactivos para la creación de producciones orientadas a internet, video juegos y entornos digitales. (ANECA, 2004: 228)

Basándonos en los conocimientos disciplinares o transversales que deben alcanzarse en cada titulación, seleccionamos los más afines a los objetivos a lograr en la emisora, sintetizándolos en la siguiente tabla:

OBJETIVOS TRANSVERSALES, DISCIPLINARES O GENÉRICOS COMUNES A TODOS LOS CURSOS DE RADIO
Conocimiento y aplicación del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias como forma de expresión profesional en los medios de comunicación.
Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente.
Conocimiento de la realidad socio comunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.
Conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo.

Conocimiento y aplicación de la ética y deontología profesional del periodismo y de la comunicación audiovisual, así como del ordenamiento jurídico de la información, y de las creaciones audiovisuales, que afecta tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la información como bien público.

Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de la empresa de radio.

Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones o ficciones.

Conocimiento de las técnicas y procesos de producción y difusión de radio en sus diversas fases y formatos, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios en el soporte radio.

Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión radiofónico, atendiendo a diferentes formatos.

Fuente: Elaboración propia según ANECA (2004)

Una vez señalados los objetivos transversales, comunes a todos los cursos de radio que proponemos, nos disponemos a abordar los objetivos profesionales o específicos expresados en forma de competencias tal y como establece el Espacio Europeo de Educación Superior. Una vez más, escogemos los más afines a nuestro proyecto del Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación de la ANECA y añadimos otros. En la siguiente tabla presentamos las competencias profesionales específicas para el primer curso de radio, extensibles a los otros dos, por ser competencias que deben adquirirse para poder aplicar el resto.

**COMPETENCIAS PROFESIONALES, ESPECÍFICAS O SABER HACER
COMUNES A TODOS LOS CURSOS DE RADIO**

Capacidad y habilidad para expresarse correctamente y con fluidez y eficacia de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos más adecuados al medio radio.

Capacidad utilizar el tipo de locución adecuado para cada formato, realizando correctamente las cadencias, anticadencias y suspensiones donde corresponde.

Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje comprensible para un público mayoritario.

Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito o sonoro.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.
Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida a través del medio radio. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas.
Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos así como tareas de control de radio, edición y operatividad con el equipo portátil de grabación con fluidez.
Capacidad para operar con fluidez en el estudio de transmisión especialmente realizando en modo de autocontrol.
Capacidad y habilidad para el desempeño de distintas tareas dentro del medio radio.
Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.
Capacidad para seleccionar el momento en que se entra a hablar en radiofórmula musical y para medir el tiempo que se posee para dicha intervención.
Capacidad para medir el tiempo y seguir el guión o escaleta en radiofórmula durante la emisión. .
Capacidad de trabajar en equipo y de optimizar los recursos y materiales obtenidos.

Fuente: Elaboración propia según ANECA (2004)

Una vez expuestos los objetivos transversales y las competencias específicas comunes a todos los cursos de radio, nos disponemos a desglosar las competencias específicas de los cursos segundo y tercero, de manera acorde con el plan formativo explicado en páginas anteriores.

Para el segundo curso, o nivel intermedio, puesto que el alumno debe saber realizar radiofórmula musical así como desarrollar la labor de cada uno de los roles que se dan en la planificación y ejecución de un servicio

informativo, se proponen los siguientes objetivos o competencias profesionales a alcanzar:

OBJETIVOS O COMPETENCIAS PROFESIONALES O ESPECÍFICAS PARA EL SEGUNDO CURSO DE RADIO
Capacidad para escribir con fluidez, textos, escaletas o guiones en el género informativo radiofónico.
Capacidad para medir el tiempo y seguir el guión o escaleta informativa durante la emisión.
Capacidad para locutar con fluidez noticias.
Capacidad para conducir un informativo.
Capacidad para realizar un informativo.
Capacidad para dirigir un informativo: seleccionar temas, repartir el trabajo...
Capacidad para resolver problemas con rapidez.
Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.
Capacidad para distinguir recursos de calidad de los que no lo son.

Fuente: Elaboración propia según ANECA (2004)

Para introducirnos en el tercer curso de radio o nivel avanzado, implementamos las competencias profesionales que debe alcanzar un alumno que sepa realizar todas las tareas propias de la ideación, planificación, dirección y ejecución de cualquier formato radiofónico. Se incluyen también en este curso ciertas horas de radiofórmula musical.

OBJETIVOS O COMPETENCIAS PROFESIONALES O ESPECÍFICAS PARA EL TERCER CURSO DE RADIO
Capacidad para la ideación, planificación, dirección y ejecución de proyectos radiofónicos completos: informativo, magazine, ficción, concursos...

Capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos.
Capacidad para efectuar reportajes para magazine y adaptarlos al gui3n o escaleta.
Capacidad para conducir un magazine u otro formato radiof3nico.
Capacidad para realizar un magazine u otro formato radiof3nico.
Capacidad para resolver problemas con rapidez.
Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.

Fuente: Elaboraci3n propia seg3n ANECA (2004)

Una vez expuestos los objetivos transversales, as3 como las capacidades profesionales que deben adquirir los alumnos para superar cada uno de los cursos de radio, presentamos las actividades a realizar comunes a todos.

Actividades transversales comunes a todos los cursos

Estas actividades est3n impl3citas en el trabajo asignado a cada alumno en cada estadio de formaci3n. Como actividades transversales comunes se3alaremos las siguientes:

- Redacci3n y locuci3n de textos
- Edici3n de contenidos mediante *software*.
- Seguimiento del gui3n o escaleta.
- Realizaci3n en control y autocontrol en radiof3rmula.

Actividades profesionales comunes a todos los cursos:

Tal y como hemos ido explicando durante el desarrollo de la propuesta del plan de estudios para la futura emisora universitaria, se conciben algunas actividades comunes actividades comunes a los tres cursos.

- Actividad 1: radiofórmula musical.

Consiste en que el alumno, con un guión dado que contenga los temas musicales e indicativos que debe lanzar al aire, sea capaz de presentar discos. Para esta tarea se le explicará cómo debe hacerlo. Esta actividad será realizada por el alumno durante al menos una hora después de la explicación. Para lograr una correcta compenetración con el plan de estudio oficial de la facultad y el del curso de radio, se planificará con el alumno su horario de *turnig show* en función de sus horas libres semanales. Se trata de una actividad muy útil a la hora de empezar en el medio radio, pues permite expresarse a través de presentaciones cortas con la posibilidad de ensayarlas antes de ejecutarlas en el aire.

La evaluación se realizará al final del semestre, cuando el personal de la emisora indicará con una nota numérica la calificación obtenida por el alumno en función de los objetivos transversales y las capacidades profesionales asociadas a esta actividad.

- Actividad 2: ejecución de microespacios.

Cuando el alumno comience a desenvolverse adecuadamente en el campo de la radiofórmula musical, habrá llegado el momento de adquirir más responsabilidades. En este caso, se le asignará la ejecución de un microespacio. Se trata de un programa corto, más parecido a lo que sería un reportaje, cuyo objetivo es abordar un tema con presentación, cuerpo y cierre.

Sería más sencillo que en un principio este tipo de actividad fuera abordada desde el punto de vista de la información musical o cinematográfica. Si por ejemplo se escogiera el lanzamiento de un nuevo cortometraje de un director andaluz, el alumno debería escribir el texto que locutará en el microespacio, realizar la producción necesaria para obtener un fragmento del cortometraje cuyo sonido sea óptimo y adecuado para la emisión, quizá solicitar una pequeña entrevista con el director para obtener un corte y cerrar

con una despedida acorde al estilo de la emisora. Todo ello deberá ser editado por el alumno y presentado al personal de la emisora antes de proceder a su emisión.

La evaluación, al igual que en el caso anterior, se regirá por los objetivos y capacidades desarrolladas por el alumno en la misma, calificados con una nota numérica según cada ítem.

Esta actividad es la que se sugiere que se realice en las asignaturas que tienen relación directa con el medio radiofónico del plan de estudios oficial para, por un lado, ampliar la parrilla de la estación y, por otro, incentivar la relación del alumno con la emisora de su facultad. Por otro lado, también podría contemplarse desde el punto de vista narrativo de la ficción, utilizando la figura del microrelato:

(...) son los formatos naturales de comunicación, así como los autorrelatos, propiciados por el ritmo temporal que las redes sociales y la navegación por la red imponen o se autoimponen los internautas. La naturaleza de la forma breve digital se distancia de las formas breves anteriormente conocidas, como la publicidad televisiva o el relato corto o microrrelatos literarios, pasando del trabajo creativo sobre la condensación a la sugerencia y el final abierto, de la mostración de la historia completa a la mostración del instante a partir del cual reconstruir un antes y un después por parte de un receptor-actor más activo que nunca. (Guarinos y Gordillo, 2010)

Proponemos adaptar la figura de microrrelato a la radio universitaria, de manera que se conserven las características de: brevedad, indisolubilidad del título con la historia, estructura in media res, simpleza sintáctica, inmediatez de lo narrado, efecto emotivo y/o reflexivo único de sentido metafórico, intensidad en la provocación de tensión del oyente, sentido paródico y humorístico, ruptura de convenciones sintáctico-gramaticales y variación estructural por suspensión, sin resoluciones finales cerradas y unívocas. Planteamos todo ello, además de para la emisión a través de *FM* o *streaming*,

realizar la conversión al formato *podcast*, que permita la escucha de dichos microrelatos en diferido.

Actividades profesionales de segundo curso de radio o nivel intermedio

Para la superación de este nivel se le exigirá al alumno un mínimo de horas al cabo del semestre de ejecución de radiofórmula musical. Por otra parte el reto de este curso es el trabajo en un programa informativo.

- Actividad 3. El informativo.

Para la realización del mismo será preciso señalar los perfiles profesionales adecuados, que exponemos a continuación:

- Perfil de redactor locutor: Durante esta tarea el alumno empezará realizando una pieza para el programa informativo. Deberá obtener lo que se le indique desde la dirección del informativo, de manera que si debe captar un corte o un total debe realizar la producción necesaria para ello como contactar con la fuente. Debe documentarse, escribir el texto, locutarlo y editarlo en función del tiempo que se le indique que tiene disponible.
- Perfil de director: Seleccionará la línea editorial del día y ayuda con la producción. Deberá revisar la agenda del día siguiente y elegir los temas acordes al perfil de la emisora.
- Perfil de conductor-editor: asignará los temas a los redactores, el formato de dichos temas (pieza, reportaje, entrevista, crónica) y los tiempos destinados a cada uno. Es el hilo conductor del informativo. Escribe el guión o escaleta.
- Operador control de realización: es interesante que el alumno realice todas las tareas posibles dentro de la estación radiofónica. El control de realización requiere un conocimiento técnico adicional que le aportará al alumno una formación extra a la hora de competir por un puesto de trabajo en el mercado laboral.

El alumno deberá pasar por cada uno de los roles o perfiles del programa informativo, accediendo a ellos por rotación. Como en los casos anteriores, la evaluación se realizará mediante una nota numérica que se otorgará a cada objetivo y capacidad contemplada en el plan de estudios.

Actividades profesionales de tercer curso de radio o nivel avanzado

Llegados a este estado del aprendizaje el alumno ya está familiarizado con la forma de trabajar, puesto que ha superado con éxito el curso anterior.

- Actividad 4: El magazine.

Esta actividad se ubica en este tercer curso dada su amplitud o libertad de estructura. Caben entrevistas, tertulias, debates, encuestas, reportajes, noticias recicladas del informativo, incluso representaciones de ficción en clave de humor, así como música. En principio, se estructurará en secciones que se serán asignadas a los redactores. Los perfiles a trabajar serían los siguientes:

- Director: se encargará de seleccionar los temas a trabajar y el formato de emisión.
- Conductor del programa: hilo conductor que realizará la escaleta y escribirá su guión. Se encargará de la coordinación de los equipos de redacción.
- Redactor locutor: Se le asignará una sección o subsección y acatando las órdenes del conductor y del director.
- Guionistas: Necesarios para secciones concretas que no serán escritas por los propios redactores locutores.
- Productor: desarrollará tareas de producción.
- Operador control de realización: tal y como en el curso anterior, se ocupará de realizar desde el control o cabina de realización.

Debemos señalar que se trata de una propuesta de perfiles que podría y debería ser modificada en función de las necesidades de la estación en la que se quisiera implantar el modelo.

- Actividad 5: programa libre de experimentación.

Cuando el estudiante ha superado con éxito las cuatro actividades anteriores, podríamos considerar que está preparado para proponer su propio programa, un espacio que deberá ser innovador, original y productivo, que respete las reglas o normas establecidas tanto para la radio como para la universidad. No se trata de poner trabas, sino de fomentar la creación de espacios y contenidos acordes con la audiencia a la que se dirige la emisora, sin olvidar, que la misma se ubica en el seno de una facultad de comunicación y por lo tanto de una universidad. Cuando dicho programa sea dispuesto en forma de proyecto, y con el visto bueno del equipo de dirección de la emisora, se procedería a realizar un primer piloto. En caso de que cumpla con los requisitos que se solicitan, pasará a formar parte de la parrilla de emisión.

Como ya hemos señalado anteriormente, se trata de un plan de prácticas enfocado a proporcionar una correcta formación en radio primando la práctica sobre todos los contenidos teóricos aprendidos. Aunque se trata de un plan ideado para los alumnos de las titulaciones de Comunicación Audiovisual y Periodismo, contemplamos que durante la andadura de la emisora se pudiera implementar un plan similar enfocado a las prácticas de alumnos pertenecientes al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Por otra parte, dado que debería tratarse de una estación de radio abierta a la comunidad universitaria, los docentes que lo deseen, así como el Personal de Administración y Servicios y el resto de alumnos de la universidad, como egresados de la misma, podrían presentar propuestas de programa que serían revisadas por la dirección de la emisora, en busca de una posible articulación de los contenidos planteados que faciliten la incorporación de las voces de todas las personas que lo deseen de una forma controlada y profesional acorde a los objetivos de la estación.

Para acceder a este plan de prácticas o cursos en la radio universitaria proponemos que el único filtro de entrada sea una entrevista personal, y en el

caso de que las solicitudes de acceso a los mismos sean demasiadas establecer un sistema de prueba de acceso en el que se realice un *test* de actualidad, y una prueba de locución además de una entrevista personal.

En el caso de las becas, proponemos que las personas seleccionadas para disfrutarlas pertenezcan al último curso de Comunicación Audiovisual o de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, o bien sean egresados de las mismas titulaciones del mencionado centro. Serían seleccionados a través de una prueba de acceso similar a la anterior, con un mayor nivel de exigencia en el caso de que sean personas que no hayan colaborado antes en la estación. En caso de que fueran alumnos que ya hayan pasado por la estación, estimamos que sería necesaria tan solo la superación de una entrevista de aptitud, sobre todo, cuando se trate de personas que han acabado satisfactoriamente los cursos de formación en radio que proponemos.

1.8- Audiencia y programación

En esta parte de la investigación hemos vinculado los conceptos de programación y audiencia bajo el mismo apartado. El motivo de esta unión se debe a que se trata de poner en marcha una emisora desde cero, por lo que, para poder programar una parrilla acorde a una emisora universitaria, debemos conocer antes nuestra audiencia o el perfil de oyente que posiblemente estará al otro lado de las ondas.

Partimos de que la audiencia es “el conjunto de individuos que entran en contacto con un medio, en este caso la radio, por un tiempo determinado” (Potilla y Herrera, 2004: 161). Portilla y Herrera además subrayan que la audiencia es el principal destinatario del medio y el objeto hacia el cual se dirige toda su actividad y el contenido de sus mensajes.

Por nuestra parte, dada la importancia de saber qué tipo de oyente está al otro lado de las ondas, para poder ofrecerle programas y contenidos que le interesen, del perfil de la audiencia:

Cuando se habla de perfil de la audiencia de radio se hace referencia a cómo se distribuye este grupo de personas atendiendo a diversas características sociodemográficas como pueden ser el sexo, la edad, la clase social, el nivel de estudios que ha alcanzado, si viven en ámbitos rurales o urbanos, o en qué provincia. Se calcula como porcentaje de personas con cierta característica sobre el total de oyentes del medio o soporte. (Potilla y Herrera: 161)

Para abordar el concepto de programación radiofónica, nos remitimos a la figura de Martí (2004: 21-23), que indica que en la tarea de definir este concepto hay que analizar tres de las características básicas que la definen: coherencia, planificación y continuidad. De manera sintética, el autor explica que aceptando que la programación en sí es una estrategia discursiva del emisor, su composición y estructura debe ser coherente con sus objetivos, siendo estos diferentes según la titularidad de la emisora.

Por otro lado, la programación es una actividad de planificación pues programar es prever y pensar estrategias para hacer frente a cambios no previstos, así como definir y diseñar los principios y las estructuras sobre las que se asentarán las técnicas de inserción de los diferentes programas. Respecto al concepto de continuidad, Martí indica que los programas se disponen de una manera pertinente, para producir una sensación de homogeneidad en el oyente y marcando un estilo, el estilo de la emisora.

Resulta conveniente mencionar también el estudio que llevó a cabo Araya (2009: 38-40) en busca de contenidos para la emisora de radio universitaria de la Universidad de Costa Rica llamada Radio U. El autor realizó un análisis de los alumnos de la Universidad de Costa Rica para averiguar cuáles eran los gustos de los estudiantes para poder aplicarlo a la hora de pensar y poner en marcha la parrilla de lo que nació siendo la radio-revista

Contrastes y terminó siendo parte de la programación de la radio universitaria de esta Universidad de Costa Rica, llamada Radio U. La investigación se llevó a cabo en varias etapas. En la primera se elaboraron diagnósticos de necesidades de información y orientación en dos líneas: una para estudiantes universitarios y otra para estudiantes de último año de secundaria. En la segunda etapa de la investigación, con los resultados obtenidos, elaboraron un perfil de público meta de los programas estudiantiles. Este perfil contiene los aspectos mencionados anteriormente y su diseño se realizó en tres dimensiones: geográfica, demográfica y psicográfica:

Para obtener una descripción lo más precisa posible del público al que se va a dirigir el programa de radio, se propone la elaboración de un perfil en las siguientes dimensiones:

Perfil geográfico: región de residencia, cantidad de habitantes de la localidad, condición urbana o rural.

Perfil demográfico: ingreso económico, edad, género, etapa de vida familiar (soltero, casado, sin hijos, etc.), clase social, nivel educativo, ocupación y origen étnico.

Perfil psicográfico: valores, actitudes, personalidad y estilo de vida (actividades, intereses, opiniones). (Araya, 2004: 93)

En la tercera etapa de la investigación, organizaron dos sesiones de discusión con la técnica de grupo focal (*focus group*) para validar los contenidos de los programas estudiantiles y así comprobar cobertura, usos, pertinencia y eficacia de los mensajes, y en la cuarta se produjo la integración de los resultados de las etapas anteriores. (Araya, 2009:40)

Insistimos en la importancia de estudiar los gustos de la comunidad universitaria a la hora de pensar en la elaboración de los programas y espacios que compondrán la parrilla de la emisora, ya que serán los principales receptores de los mensajes que se emitan a través de la estación.

En este caso, para el estudio de nuestra audiencia potencial o perfil de audiencia proponemos utilizar una técnica cuantitativa, en este caso la

encuesta. Hemos elegido esta técnica debido al volumen de personas que componen la comunidad universitaria de la Universidad de Málaga, que serán los principales destinatarios de los contenidos de la estación de radio.

Pretendemos analizar los resultados para obtener una orientación sobre los gustos, opiniones y hábitos de escucha. Somos conscientes de que, tal y como indican Potilla y Herrera (2004: 169), no obtendremos una información tan exhaustiva como con las entrevistas utilizadas en otras áreas de esta investigación, pero pensamos que es suficiente para poder hacernos una idea del perfil del oyente potencial de nuestra emisora. En este caso, las encuestas se plantean de forma escrita on line y el encuestado/a responde también de la misma forma. Para la difusión del mismo podría hacerse uso de los canales de la propia universidad o facultad. Como es obvio, para este tipo de estudio se necesitarían recursos personales y materiales que se verían bien invertidos a la hora de obtener un perfil de audiencia y de realizar una programación interesante, coherente y bien estructurada.

Presentamos una propuesta de cuestionario para recopilar la información que nos interesa:

CUESTIONARIO ALUMNOS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN UNIVERSIDAD DE MÁLAGA		
CATEGORÍA	PREGUNTAS	RESPUESTAS
PERFIL DEMOGRÁFICO	¿Qué edad tienes?	
	¿Hombre o mujer?	
	¿Soltero/a? ¿Casado/a?	
	¿Tienes hijos?	
	¿Tienes un empleo?	
PERFIL GEOGRÁFICO	¿En qué localidad vives durante el curso académico?	
	¿Cambias de residencia en verano?	
	¿En qué curso estás?	

PERFIL PSICOGRÁFICO	¿Qué temas te interesan? Política, medio ambiente, deportes, cine, espectáculo, exposiciones, moda, actividades culturales de la UMA, u otros.	
	¿Practicar algún deporte?	
	¿Sueles expresar tu opinión en clase cuando se plantean debates o preguntas?	
	¿Haces uso de las redes sociales con asiduidad? Facebook, Twitter u otra.	
SONDEO OPINIÓN	¿Escuchas la radio habitualmente?	Sí No
	¿Qué emisora escuchas?	
	¿A qué hora escuchas la radio normalmente?	
	Aproximadamente, ¿cuánto tiempo al día escuchas la radio?	
	¿Te gustaría que existiera una radio universitaria en Málaga?	Sí ¿Por qué? No. ¿Por qué?
	¿La escucharías?	Sí No
	¿Te gustaría participar en una radio universitaria en la UMA?	Sí. ¿Por qué? No. ¿Por qué?
	Indica de a 1 a 5 qué grado de implicación tendrías con la emisora si existiera.	
SONDEO PROGRAMACIÓN	¿Qué tipo de programas te gustaría escuchar en una futura Radio UMA? Información, entretenimiento, cultural, deporte, musical, concursos, dramático o ficción, otros.	
	¿Qué tipo de contenidos te gustaría encontrar en una futura Radio UMA?	
	¿Hay algún tipo de contenido que te gustaría escuchar en tu emisora habitual y que no tiene cabida en ella?	

	¿Qué le pedirías a una futura Radio UMA?	
--	--	--

Sería posible introducir una programación compuesta por programas determinados de estructura cerrada, cuyos contenidos sean los que deriven de la investigación de los gustos de la comunidad universitaria, llevada a cabo a través de las herramientas a las que hemos hecho referencia. De esta forma, deberíamos mantener al menos un programa en formato magazine, así como el informativo y microespacios para poder llevar a cabo el plan de prácticas que proponemos, además de programas de formato cerrado, con ciertas secciones fijas por el que pasen alumnos nuevos cada año. Así logramos una estructura que pueda ser coordinada por la dirección de la estación y que permita la rotación de roles.

Como se ha comentado anteriormente, la experimentación debería tener lugar en la estación de la mano de estudiantes que ya hayan pasado por las prácticas de radio del plan de prácticas que proponemos, caso en el que bajo una supervisión mínima, confiando en la profesionalidad adquirida por el alumno, que podrá proponer y ejecutar programas innovadores y originales. Debería ser una parrilla compuesta por horas de radiofórmula para poder completar el primero de los cursos de radio o curso básico, al menos un espacio informativo, y ejecutar en el segundo de los cursos un espacio de magazine. Se recomienda, por otra parte, tener al menos cinco espacios más que formen una programación fija de carácter cerrado como indicábamos anteriormente.

La programación, en un estado avanzado desde la creación de la emisora en el que se pueda realizar, debería proponerse de manera anual, revisándose las peticiones de los interesados en participar en septiembre para comprobar la disponibilidad. Obtendríamos así una programación en la que los participantes en la emisora saben desde los inicios del curso qué día y hora tienen asignado su programa, atendiendo a una solicitud previa rellena,

que llega a la persona coordinadora de la estación en la que se establece la periodicidad y la duración de los espacios.

A lo largo de este capítulo hemos procurado dar cabida a las propuestas y soluciones recopiladas durante la investigación para salvar las dificultades que se plantean a la hora de emprender un proyecto de estas características. Hemos planteado un modelo de radio universitaria con una estructura extrapolable a otros centros de formación superior que estuvieran interesados en crear una emisora. Por otro lado, mediante la elaboración de los cursos de formación integrados en la estación pretendemos la elaboración de patrones que permitan lanzar al mercado laboral comunicadores y periodistas con una experiencia previa real, dentro de un entorno de aprendizaje continuo e innovador. Un alumno que aprende a comunicar en la radio o una persona que comienza su andadura profesional en el medio radiofónico, a nuestro juicio, obtendrá una formación muy valiosa que será extrapolable a otros medios de comunicación, y le servirá de base para continuar su bagaje profesional, lo que sin duda lugar a dudas, le abrirá muchas puertas y posibilidades.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación, se hace necesario retomar nuestro objetivo general consistente en implementar un modelo de radio universitaria desde el punto de vista didáctico y formativo, útil para crear una emisora en el contexto de una institución de formación superior española, con la intención de formar profesionales del medio radiofónico abordando todos los aspectos que deben contemplarse en la gestación de una emisora de radio universitaria como la organización, la jerarquía y el equipamiento.

Para la consecución de nuestro objetivo hemos elaborado un modelo que pretende salvar los obstáculos detectados a la hora de poner en marcha una emisora de radio universitaria, teniendo en cuenta los distintos métodos organizacionales que rigen las universidades españolas, las emisoras que albergan, así como los preceptos marcados por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Por ello, hemos elaborado un modelo organizacional ideal para una estación de radio universitaria que conjugaría dos de los modelos estudiados a través del marco teórico, uno el de radio universitaria institucional y otro el de radio universitaria voluntarista, proponiendo entonces un método de organización mixto que trata de unir en la estación universitaria la gestión autónoma de la radio con el apoyo institucional y financiero de la universidad, así como con el apoyo de la facultad que la alberga sin olvidarnos del voluntariado.

La propuesta se centra en la realización de unas prácticas en radio divididas en cursos de formación: primer curso de radio, nivel básico; segundo curso de radio, nivel intermedio; tercer curso de radio, nivel avanzado. Los objetivos transversales, competencias profesionales a alcanzar, actividades a desarrollar y capacitación o evaluación de los mismos, están pensadas para que el estudiante de Comunicación que lo desee obtenga una completa preparación especializada en el medio radiofónico. Se trata por lo tanto, de una formación no reglada que podría compensarse con la obtención de créditos ECTS, aunque el valor real para el alumno será la obtención de una experiencia en radio previa, haciendo hincapié en los estilos de locución, la

pronunciación y la prosodia (entonación, acento y ritmo) necesaria para poder abordar el trabajo en una emisora de radio profesional y para poder competir en el cada vez más exigente mercado laboral.

Por otro lado, la radio universitaria se convierte un complemento apropiado para las asignaturas de radio de los planes de estudio de Comunicación Audiovisual así como de Periodismo, para lo que sería adecuado dirigir las prácticas de las mismas a la creación de contenidos para la emisora, como por ejemplo, la elaboración de microespacios. En cuanto a contenidos y programación, en este modelo la radio universitaria debe tener relación con el gabinete de prensa de la universidad, no para convertirse en un altavoz institucional, sino para dar cuentas a la sociedad de las propuestas y actividades que se llevan a cabo en el seno de la universidad, de interés para la comunidad universitaria. En esta misma línea las ONGs y entidades sin ánimo de lucro deberían tener un espacio en la estación, por ejemplo en forma de sección en el magazine, o en forma de campañas publicitarias, para que la emisora pueda ser un instrumento de ayuda a la sociedad, dando voz a los colectivos que más lo necesitan, coexistiendo e incluso colaborando con otras iniciativas solidarias.

Mediante este modelo organizacional el alumno que forma parte de la emisora de radio debe trabajar en ella activamente desde el primer momento, desarrollando todas las actividades que debe realizar un profesional que ocupe su puesto en una estación de radio, planteándole responsabilidades que irán incrementando conforme vaya avanzando su proceso de formación. La importancia de la experimentación en una emisora de radio en forma de nuevos programas, contenidos y formatos es un elemento imprescindible que tiene lugar en este planteamiento, insistiendo en que una radio universitaria debería ser un laboratorio en el que realizar este tipo de actividades una vez que se ha obtenido una formación adecuada para ello.

Proponemos entonces una emisora de radio en la que trabaje un equipo estable de personas formado al menos por un coordinador/a y un técnico, que podrían ser apoyados por un profesor adscrito a un Proyecto de Innovación Educativa (PIE), cuya función sea revisar contenidos y prestar apoyo didáctico en la estación, así como un número constante de becarios o alumnos en prácticas con funciones de responsabilidad, que llevarán a cabo los espacios de la emisora trabajando en la medida de lo posible, como si se tratara de una estación de radio profesional, sin olvidar que su función es aprender a trabajar en el medio radiofónico.

El equipamiento estimado para llevar a cabo esta emisora podría estar formulado en función de un modelo que evolucione con el tiempo que pudiera empezar como una radio cuya emisión se base en el *podcast*, para posteriormente planificar y ejecutar una emisión en *streaming* o en directo mediante internet que se complemente con dicho formato, incluso, en el caso de resultar adecuado, debido a la demanda de la audiencia, llegar a adoptar el modelo de emisión que aporta la FM, usando el *streaming* en paralelo así como *podcast* organizados en una fonoteca.

Para la consecución de nuestro objetivo general, ha sido necesario alcanzar determinados objetivos específicos. El primero consistía en examinar las investigaciones llevadas a cabo en el contexto de la radio universitaria, haciendo hincapié en los aspectos de interés desde el punto de vista formativo. Para ello hemos analizado la bibliografía, investigaciones, documentación, leyes y normativas relacionadas con la radio universitaria que nos ha permitido hacernos una idea del objeto de estudio, para poder centrar nuestra investigación en la consecución del objetivo general destinado a la creación de un modelo de radio universitaria. Esto nos ha servido como punto de partida para elaborar las herramientas de investigación que hemos utilizado así como la selección de la muestra y el estudio de caso.

El segundo de los objetivos ha consistido en realizar un análisis de los modelos de radio de las emisoras pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), desde una perspectiva integral del funcionamiento de la emisora, estudiando la organización, funcionamiento, sistemas de formación de estudiantes, estructura técnica e infraestructura, programación, así como documentos relativos a la deontología, al estilo y al comportamiento de los usuarios en la estación para extrapolar lo mejor de cada modelo. Tras profundizar en los sistemas de radio universitaria existentes en España a través de las entrevistas a sus responsables, hemos obtenido una visión actual del estado de la radio universitaria española, extrayendo como conclusión que cada emisora de radio se plantea de una forma diferente en función de su propia idiosincrasia, lo que ha dificultado enormemente la tarea de extrapolar lo mejor de cada estación para crear un modelo formativo aplicable a un centro de educación superior que lo desee. Podemos decir en síntesis, que la mayoría de las emisoras analizadas dependen orgánicamente de la universidad siendo financiadas por la misma en la mayoría de los casos. Por otro lado, en gran parte de las estaciones la función predominante es la formativa, seguida por la función institucional y la informativa, por lo que podríamos afirmar que en España, el principal objetivo de las estaciones de radio universitarias es constituir un medio para proporcionar prácticas al alumno que complementen la formación reglada.

En cuanto a la revisión de los modelos organizacionales, conviene señalar que ninguna de las estaciones posee una organización idéntica, siendo la figura laboral más utilizada en las emisoras la del Personal de Administración y Servicios (PAS). También hay que considerar las dificultades encontradas a la hora de reconocer, al menos en forma de reducción o sustitución de créditos de docencia, el trabajo que realizan sin compensación adicional los docentes que colaboran activamente en las emisoras. En el caso de los voluntarios que participan en la estación, es decir, sin recibir prestación económica alguna, son los alumnos de Ciencias de la Comunicación los que más se involucran.

Por otro lado, relacionado también con el tercero de los objetivos específicos que consistía en estudiar los canales, mecanismos y herramientas relacionadas con nuestro objeto de estudio dentro del marco del EEES, hemos extraído aportaciones importantes para esta investigación. Mediante el análisis de los planes formativos de las titulaciones de Grado en Comunicación Audiovisual y en Periodismo ubicadas en cada centro que posee radio universitaria analizado, podemos afirmar que las universidades que ofertan la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual arrojan un promedio de 2 asignaturas que giran en torno al medio radiofónico, presentando un máximo de 5 asignaturas el centro que más ofrece y existiendo universidades que no arrojan coincidencias con este criterio de búsqueda. En conclusión, podemos afirmar que existen Grados en Comunicación Audiovisual que no ofertan ninguna materia específica de radio.

Atendiendo al mismo criterio de análisis, las universidades que ofertan la titulación en Periodismo, presentan un promedio de 2 asignaturas de radio, con 7 asignaturas que coinciden con estos criterios de búsqueda el centro que más oferta, presentando al menos una asignatura específica de radio en todos los casos analizados. Además se ha comprobado que en la mayoría de los centros las asignaturas de radio no tienen relación alguna con la emisora universitaria. Haciendo un balance general en esta línea de investigación, podemos afirmar que es beneficioso para el alumno realizar prácticas en la estación, bien de manera voluntaria o bien enmarcada dentro de la formación reglada, siendo los modelos de radio formativa más avanzados los que enlazan obligatoriamente las asignaturas con la estación de radio.

En lo que respecta a los tipos de formación que se ofrecen en las emisoras de radio universitarias, una asignatura de grado también suele suponer una plataforma de aprendizaje para trabajar en la radio, coexistiendo con el seminario, el taller, así como con otros sistemas de formación como trainings o entrenamientos específicos, en los que tienen lugar Proyectos de Innovación Educativa asociados a la radio universitaria, Trabajos Fin de

Grado realizados en un formato radiofónico, o la tutorización diaria del trabajo de los estudiantes en la emisora.

Una percepción clara por parte de la mayoría de los entrevistados es que el paso por la estación de radio universitaria ayuda a los estudiantes en el desarrollo de competencias básicas profesionales y en el plano personal, siendo las principales carencias detectadas en su paso por la estación la falta de conocimientos prácticos y técnicos. Los alumnos que pasan por las emisoras de radio universitarias suelen estar bien formados en materia teórica, pero en la mayoría de los casos necesitan un refuerzo práctico que solo se consigue mediante el trabajo constante en la estación.

Enlazando con el segundo de nuestros objetivos específicos, en cuanto al tipo de emisión utilizado por las radios universitarias, teniendo en cuenta que una misma emisora suele ser multiplataforma y por lo tanto compatibiliza varios tipos de emisión, es destacable que el 95% de las estaciones hace uso del *podcast*, el 68% emite en *streaming* u on line, y tan solo el 36% de las estaciones de radio analizadas en el 2.015 emiten a través de un dial de FM. Podríamos estar por lo tanto ante un cambio a la hora de escuchar la radio, caminando hacia modelos que funcionan con internet dejando obsoleta la emisión a través de FM. Sin embargo, la mayoría de las estaciones no posee una aplicación para la escucha mediante dispositivos móviles, un elemento cada vez más importante si realmente nos encontramos ante un cambio en el modelo de escucha de la radio. Teniendo en cuenta el planteamiento técnico de las emisoras analizadas, afirmamos que la mayoría recurre al uso de *software* libre para realizar labores de continuidad y como plataforma multimedia de actividades radiofónicas, siendo Zara Radio el más utilizado, seguido de XFrame (con licencia), muy popular también en las estaciones de radio comerciales profesionales.

Entre los aspectos más importantes en función de la estructura de la radio, podríamos decir que las necesidades de equipamiento técnico varían

en función del tipo de emisión, siendo directamente proporcional al tamaño de la emisora, entendido en cuenta el volumen de personas que colaboran activamente en ella y el compromiso de emisión, siendo lo mínimo el *podcast*. Por lo tanto, es posible crear una estación de radio universitaria haciendo uso de un estudio dotado de autocontrol y un ordenador que esté conectado a internet y por consiguiente a una plataforma que permita el alojamiento de *podcast*.

Por otro lado, las radios analizadas tienen algún tipo de documento que se asemeja a un código deontológico, en el que los miembros de la emisora encuentran nociones sobre esta materia. De igual modo constatamos que en la mayor parte de los casos no se observa la existencia de ningún manual que contenga nociones sobre estilo. Es significativo que en gran parte de las estaciones existen normas de funcionamiento que están o bien impresas en documentos que deben ser firmados por las personas que van a trabajar o colaborar en la emisora habitualmente, o que se mantienen a la vista para que puedan ser consultadas por cualquier persona que lo requiera. Una vez analizadas las estaciones de radio universitarias, así como teniendo en cuenta las reflexiones obtenidas a través del estudio de caso, llegamos a la conclusión de que para proporcionar un buen funcionamiento en la emisora es necesario que exista una normativa o unos estatutos propios de la radio en los que se establezca una jerarquía clara, un modelo de funcionamiento, unas normas de comportamiento, unas nociones mínimas en materia deontológica y de estilo así como las penalizaciones por el incumplimiento de las mismas.

Por otra parte, tras realizar el estudio de caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, hemos obtenido un punto de vista concreto sobre los escollos que se pueden encontrar en el proceso de creación de una estación de radio universitaria, así como las soluciones a los mismos, analizando de igual manera los mecanismos que permiten vincular la radio universitaria a la formación reglada, tal y como establecemos en estas conclusiones.

Finalmente podemos confirmar nuestra hipótesis o eje de este trabajo, en la línea de que es posible crear un modelo de emisora de radio universitaria cuya función principal sea formar a los alumnos de las titulaciones de Ciencias de la Comunicación, mediante un plan de prácticas que les permita adquirir una completa preparación en el medio radiofónico. Para elaboración de este modelo ha sido imprescindible conjugar variables como la idiosincrasia existente en cada una de las universidades, las diferentes formas de organización, el número de asignaturas de radio disponibles que como hemos observado varían según el plan de estudios de cada titulación y universidad, la vinculación o no al gabinete de prensa del propio del centro, las instalaciones y equipos técnicos disponibles, el presupuesto asignado, el personal propio de la emisora, el número de docentes especialistas en radio que colaboran en ella, o el tipo de emisión y la posesión o no de licencia de FM, todas y cada una, partes importantes de un puzle que hay que completar de manera minuciosa a la hora de plantear el proyecto de una futura radio universitaria, que han servido para sentar las bases de un modelo de emisora de radio universitaria formativa para alumnos de Ciencias de la Comunicación.

Sería muy interesante observar la aplicación del modelo que planteamos en una emisora universitaria que ya se encuentre en marcha para poder seguir la evolución de los resultados de la implantación de un sistema de prácticas basado en los preceptos que marca el EEES para formar profesionales de la radio desde el seno de la universidad. En suma, esta investigación supone un paso para contribuir a la proliferación de emisoras de radio formativas en centros de educación superior con titulaciones de Comunicación, para lo que proponemos una serie de recomendaciones que nos han resultado de especial relevancia para su integración en las estaciones de radio universitarias. Por un lado, para la creación de una emisora desde cero, sería conveniente realizar una consulta a través de una encuesta a la comunidad universitaria que proporcione la oportunidad de recabar opiniones y colaboraciones desde el comienzo a todas las personas

interesadas, e incentivar su participación. También consideramos que, para contribuir al proceso de alfabetización mediática de la sociedad, sería adecuado implementar un formato para enseñar a los docentes de todas las titulaciones universitarias a transformar una actividad en un programa de radio. De esta forma conseguiríamos la existencia de talleres de alfabetización mediática impartidos por docentes que den lugar a un aumento de la participación de la comunidad universitaria en la radio de la universidad.

Con la idea de proporcionar más visibilidad a la emisora, proponemos la configuración de un sistema o acuerdo con las cafeterías de las facultades para que mantengan la radio universitaria como emisora preferente. Continuando en la línea de la promoción y la visibilidad de la radio universitaria, incidimos en la necesidad de la creación de un departamento que se encargue de gestionar las redes sociales de la estación, o la asignación de tal tarea a alumnos veteranos, con el objetivo de crear y mantener una presencia homogénea en las redes sociales. Del mismo modo, proponemos la puesta en marcha de un concurso dirigido a la comunidad universitaria que recompense la creación de una *app* para la escucha de la radio universitaria a través de dispositivos móviles, de forma que la aceptación del premio suponga la cesión de los derechos de la misma así como el permiso para su mantenimiento.

De cara a la solicitud de becas para trabajar en la estación de radio, en caso de que ésta deba llevarse a cabo a través de los organismos oficiales de la universidad, recomendamos que la preselección de becarios se lleve a cabo a través del organismo pertinente, dejando la selección final a criterio de la dirección de la emisora, de manera que no recaiga todo el peso de la selección en el expediente académico, con el objetivo de no dejar fuera a alumnos con talento. Tal y como ocurre en otras estaciones de radio universitarias, recomendamos por otra parte, contemplar otros modelos de colaboración en la radio como la realización en ella de la asignatura denominada “Prácticas Externas” o *Practicum* así como el Trabajo Fin de

Grado en formato radiofónico, dejando también abierta la posibilidad de participar en ella a los alumnos egresados.

Para la consolidación de nuestra propuesta, planteamos que la programación de una futura emisora universitaria incluya información de interés para la comunidad universitaria, un espacio ineludible para divulgación científica, y otro para la experimentación, haciendo hincapié en todo momento en los estilos de locución, la pronunciación, la prosodia (entonación, acento y ritmo), y en que las personas que participen en la estación sepan identificar los distintos tipos de programas que componen una parrilla. En cuanto a las recomendaciones en materia de programación, sería adecuado que cada programa tenga al menos un director y un productor y que los espacios de larga duración, en un principio no sobrepasen los 25-30 minutos, para adecuar la calidad de los programas ejecutados por alumnos que están en periodo de formación.

Entre las líneas de investigación que se abren a raíz de la realización de este trabajo y que darían continuidad al mismo, podríamos establecer la elaboración de un plan de formación en radio enfocado a estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas, mediante el cual obtengan conocimientos prácticos sobre campañas publicitarias en radio o locución publicitaria, entre otras materias específicas. La creación y ejecución de este plan de formación podría suponer un ahorro a la universidad en agencias de publicidad debido a la cantera existente con predisposición e ilusión por aprender y trabajar. Sería adecuada y factible la coexistencia de la emisora con iniciativas sociales y culturales que puedan estar relacionadas con la misma, produciendo un enriquecimiento mutuo como podría ser el caso de una hipotética radio universitaria de Málaga y proyectos como Comsolidar. Por último, proponemos la necesidad de establecer modelos de trabajo en las prácticas profesionales de los alumnos universitarios, de manera que se realice un documento guía en el que conste qué actividades deben llevar a cabo en el

lugar de prácticas, objetivos a alcanzar así como quién y de qué forma se supervisa este trabajo, entre otros.

Realizando un balance general de la investigación, debemos señalar que hemos elaborado un modelo que podría ser extrapolable al contexto de cualquier emisora universitaria del país, ya que se trata de una estructura viable basada en la realidad actual de las radios universitarias españolas, teniendo en cuenta los pros y los contras que giran en torno a la puesta en marcha y mantenimiento de este tipo de proyectos. Somos conscientes, por otra parte, de que su puesta en práctica queda sujeta a la buena predisposición de las instituciones universitarias que estuvieran interesadas en hacerlo, intentando con nuestra aportación facilitar esta ardua tarea.

Destacando la importancia de las personas que han contribuido a la realización de esta investigación a través de sus respuestas y por ende a la confección de la propuesta final, concluimos con la premisa de que el modelo aquí propuesto ha sido construido a través de las aportaciones de autores e investigadores que han compartido sus experiencias radiofónicas, responsables de las emisoras, profesionales de la radio y de la educación, que esperamos sirva para ayudar a la creación de nuevas estaciones de radio universitarias formativas cuya aportación para la formación del alumnado resulte altamente enriquecedora. Como hemos reflejado a lo largo de la investigación, son muchos los beneficios que aporta a la comunidad universitaria y a la sociedad en general la presencia de una radio de estas características, suponiendo un elemento importante a tener en cuenta en el seno de un centro educativo superior dado el prestigio que confiere, además de su alto valor formativo y social.

FUENTES CONSULTADAS

Bibliografía

- Aguaded, J. I., & Contreras, P. (2011). La radio universitaria como servicio público. Modelos de programación. En J. I. Aguaded, & P. Contreras, *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (págs. 3-11). La Coruña: Netbiblo.
- ANECA. (2004). *Libro Blanco. Títulos de grado en comunicación*. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. ANECA. España.
- Araya, C. (2004). Cómo planear un programa de radio. *Revista Educación, Universidad de Costa Rica*. Vol 28, nº1, 191-200.
- Araya, C. (2009). Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos. *Rev Reflexiones*, 88, 37-44.
- Asuaga, C. (2007). Gestión de radios Universitarias: definiendo la estrategia. *Revista Re-Presentaciones*. Nº3, 185-196.
- Balsebre, A. (2002). *Historia de la radio en España Vol II*. Madrid: Cátedra.
- Barranquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 17, 63-78.
- Beltrán, M. (1996). Cinco vías de acceso a la realidad social. En M. García, J. Ibáñez, & F. Alvira, *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (págs. 19-51). Madrid: Alianza.
- Benito, Á., & Cruz, A. (2005). *Nuevas claves para la docencia universitaria en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Narcea.
- Berlín, I. (2000). El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México. *Revista Latina de comunicación social*. Nº3.
- Bonet, M. (2011). *La radio digital, estándares tecnológicos y plataformas de distribución*. Recuperado el 5 de diciembre de 2014, de Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=29
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Calvo, E. (2011). Las radios comunitarias tras la nueva Ley de Comunicación Audiovisual. *Derecom. Nueva Época*. No. 7, 1-11.
- Campos, J. L. (2002). Comunicación, comunidades y prácticas culturales en la cibercultura. *Razón y Palabra*. Nº 27.
- Casajús, L. (2014). *Radios universitarias y redes sociales. Análisis de la gestión de contenidos de la radio universitaria española en las redes sociales*. Tesis Doctoral. Castellón: Universitat Jaume I.
- Chaparro, M. (2004). La radio asociativa y comunitaria. En M. Martínez-Costa, & E. Moreno, *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. (págs. 293-320). Barcelona: Ariel.
- Chávez, I. (2013). *Radio universitaria y podcasting. Análisis de los modelos de podcasting utilizados en Internet por emisoras universitarias de España y México*. Trabajo fin de Máster. Huelva: Universidad de Huelva y Universidad Internacional de Andalucía.
- Contreras, P. (2012). La voz de los presos en la radio universitaria: puentes con la ciudadanía. La experiencia de UniRadio, Universidad de Huelva. En C. Espino, & D. Marín, *Las radios universitarias, más allá de la*

- radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (págs. 153-165). Barcelona: UOC.
- De La Cruz, J. (2012). Uso del software libre en la radio universitaria. La experiencia de Radio Campus, Universidad de La Laguna. En C. Espino , & D. Martín, *Las Radios Universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica.* (págs. 277-286). Barcelona: UOC.
- De Lorenzo, I. (2012). Microespacios y podcast: una unión perfecta para la difusión. La experiencia de 98.3 Radio, Universidad de Navarra. En C. Espino , & D. Martín , *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica.* (págs. 185-202). Barcelona: UOC.
- De Miguel, M. (Septiembre de 2005). Cambio de paradigma metodológico de la Educación Superior. Exigencias que conlleva. *Cuadernos de Integración Europea.nº2.*, 16-27.
- Durán, Á. (2011). Las escasas posibilidades de la radio sin ánimo de lucro ante la Ley General Audiovisual. La incomprensible marginación de las emisoras universitarias públicas. *DERECOM No. 6. Nueva Época. Junio-Agosto*, 1-27.
- Félix, E. (2001). *Sistemas de radio y televisión*. Madrid: McGraw Hill.
- Félix, E. (2006). *Sistemas de radio y televisión*. Madrid: McGraw Hill.
- Fidalgo, D. (2006). Radio universitaria: Historia de una radio diferente. *Razón y Palabra. Nº 49*.
- Fidalgo, D. (2009). *Las radios universitarias en España. Transformación al mundo digital.TELOS.Nº 80.Julio-Septiembre*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=2&rev=80.htm>
- Fidalgo, D. (2011). Las primeras reuniones sectoriales de las radios universitarias españolas como nexo de unión en la primera década del siglo XXI. En I. Aguaded, & P. Contreras, *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (págs. 119-128). La Coruña: Netbiblo.
- Fidalgo, D. (2012). Los dispositivos móviles marcan la nueva forma de escuchar las radios universitarias en el inicio de la segunda década del siglo XXI. En C. ESPINO, & D. MARTÍN , *Las radios universitarias más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica.* (págs. 125-150). Barcelona: UOC.
- Gallego, J. I. (2011). Alternativas e innovación en las radios universitarias españolas. En J. I. Aguaded, & P. Contreras, *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (págs. 97-108). La Coruña: Netbiblo.
- Gallego, J. I. (2011). Alternativas e innovación en las radios universitarias españolas. En J. I. Aguaded, & P. Contreras, *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (págs. 99-106). La Coruña: Netbiblo.

- Gámez, M. J., & Nos, E. (2012). Comunicación para la igualdad en el nuevo EEES: fundamentación crítica para el cambio social. *Estudios sobre el mensaje periodístico. Nº Extra 18*, 325-335.
- García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº5*, 111-31.
- García, M. (2012). Repensar la comunicación para la Paz y la Solidaridad desde lo participativo. Claves y propuestas. *Razón y Palabra. Nº 81*.
- Gelado, J. A. (2007). Cómo producir un podcast. En O. I. Rojas, J. L. Antuñez, J. A. Gelado, J. A. Del Moral, & R. Casas-Alatriste, *WEB 2.0: MANUAL (NO OFICIAL) DE USO* (págs. 159-233). Madrid: ESIC.
- Gil, J. A. (2011). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. España: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Green, M. (1993). Contextos sociales y los usos de la investigación. Medios de Comunicación, educación y comunidades. En K. B. Jensen, & N. W. Jankowski, *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas* (págs. 265-266). Barcelona: Bosch Casa Editorial .
- Guarinos, V., & Gordillo, I. (2010). El microrrelato audiovisual como narrativa digital necesaria. *Cisti.IX Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática*.
- Hernán-Serrano, J. (1997). Hacia una cultura comunicativa. *Comunicar, Nº8*, 17-24.
- Hurtado, C. (2007). En busca de la nueva radio. *Revista del CES Felipe II , nº 7*, 9-10.
- Legorburu, J. M. (2001). *Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo. Tesis doctoral*. Madrid.
- Lemrini, M., & Ceballos, J. J. (2012). UEMCOM: Una redacción digital para una plataforma multimedia. En C. Espino, & D. Martín, *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (págs. 207-227). UOC.
- López, N. (2014). Las nuevas tecnologías al servicio de las radios universitarias. En D. Martín, & M. Á. Ortiz, *Las Radios Universitarias en América y Europa* (págs. 17-25). Madrid: Fragua.
- López, N., & Ortiz, M. Á. (2011). Viejas nomenclaturas, nuevas competencias. Perfiles profesionales en la radio española. *TELOS. Abril - Junio*, 1-10.
- Marta-Lazo, C., & Martín, D. (2014). Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de las Radios Universitarias. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC.3 (1)*, 1-6.
- Marta-Lazo, C., & Martín, D. (2014). Investigaciones sobre radio universitaria: Presente, pasado y futuro. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC 3(1)*, 18-25.
- Marta-Lazo, C., & Segura, A. (2014). Radios universitarias y redes sociales: Modelos de gestión y perfiles de usuario. *Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Nº Esp. Enero*, 341-354.
- Martí, J. M. (2004). La programación radiofónica. En M. P. Martínez-Costa, & E. Moreno, *Programación Radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. (págs. 21-45). Barcelona: Ariel.

- Martín , D., & Contreras, P. (2014). Las radios universitarias en España:inicios, evolución y panorama actual. En D. Martín, & M. Á. Ortíz, *Las Radios Universitarias en América y Europa* (págs. 89-100). Madrid: Fragua.
- Martín, D. (Septiembre de 2013). *Radios universitarias en España : plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración*. Tesis Doctoral. Huelva: Universidad de Huelva.
- Martín, D., & Segura, A. (2015). Las radios universitarias en España: Equipos de trabajo, participación y función social. En F. M. Peinado, *Formación, perfil profesional y consumo de medios de alumnos en Comunicación*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 77 (págs. 71-82). La Laguna (Tenerife): Latina.
- Merayo, A. (2000). Identidad, sentido y uso de la radio educativa. *III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación* (págs. 387-404). Salamanca: Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (2003). *La integración del sistema universitario español en el Espacio Europeo de Enseñanza Superior*. Documento-Marco.
- Monedero, C. R., & Olmedo, S. (2014). Introducción de valores transversales en la docencia de Periodismo: el caso de la solidaridad. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Enero, 833-846.
- Moreno, E. (2005). Las radios y los modelos de programación radiofónica. *Comunicación y Sociedad*. Vol XVIII. Nº1, 61-111.
- Novelli, C., & Hernando, Á. (2011). Las radios universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial. En J. I. Aguaded, & P. Contreras, *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía en democracia*. La Coruña: Netbildo.
- Ortiz, M. Á. (2012). Presentación. En C. Espino, & D. Martín, *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TICs como recursos de interacción radiofónica*. (págs. 13-17). Barcelona: UOC.
- Ortiz, M. Á. (2014). La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del Tercer Sector en España y Francia. *Comunicación y Hombre*. nº10, 25-36.
- Ortiz, M. A., Peinado, A., & Zapata, L. (2015). Qué requiere un estudiante de Periodismo para su mejor inserción en el mercado laboral. En F. Peinado, *Formación, perfil profesional y consumo de medios de alumnos en Comunicación*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 77 (págs. 51-70). La Laguna (Tenerife): Latina.
- Parejo, M., & Martín, D. (2011). Onda Campus Radio: Integradora y formadora. En J. I. Aguaded, & P. Contreras, *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía en democrática*. La Coruña: Netbiblo.
- Ponce, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*. Septiembre.
- Portilla, I., & Herrera, S. (2004). El mercado de la emisora: La audiencia. En M. P. Martínez-Costa, & E. Moreno, *Programación Radiofónica* (págs. 161-211). Barcelona: Ariel.

- Prieto, D. (1996). Las emisoras Universitarias frente a las transformaciones de fin desiglo. I Festival Centroamericano de la radio. Costa Rica.
- Robles, M. C., & García, I. M. (2012). Adaptando la radio a las aplicaciones móviles: evolución y pautas para radios universitarias. En C. Espino, & D. Martín, *Las radios universitarias más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (págs. 69-85). Barcelona: UOC.
- Rodero, E. (2003). *Locución radiofónica*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Rodríguez, D. (2001). Radioescuela, una apasionante aventura de comunicación y educación. *Comunicar, 17, Revista Científica de Comunicación y Educación*, 144-147.
- Rodríguez, J. (1996). La muestra: teoría y aplicación. En M. García, J. Ibáñez, & F. Alvira, *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (págs. 365-398). Madrid: Alianza.
- Ruiz, M. J. (2008). Fuentes de carne y hueso para la investigación cinematográfica. La actividad alternativa de la transición española contada por sus protagonistas. *Anagramas, Volumen 6, Nº 12, Enero/junio*, 157-171.
- Sánchez, D. (2005). El Asociacionismo como motor de la Radio Universitaria. La acción cultural. La acción cultural de la Asociación Radiofónica ONDAS y la Radio Universitaria de León. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*. Granada.
- Segura, A., & Martín, D. (2014). Radio universitaria para la formación: el podcast educativo. *Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, (págs. 1-14). Universidad de La Laguna.
- Sierra, F. (1998). Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. En L. J. Galindo, *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. (págs. 277-341). México: Pearson Addison Wesley Longman.
- Ugarte, J. (2005). La radio universitaria como medio de aprendizaje. La experiencia de SantoTomás FM. Emisora de la escuela de periodismo de la Universidad de Santo Tomás- Chile. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*. Granada.
- Vázquez, M. (2010). Jóvenes y Radio Universitaria: un acercamiento a las estrategias formativas de dos países. Resultados de la encuesta “La participación juvenil en radiodifusoras universitarias de México y España”. *II Congreso Internacional de la Asociación Española de*, (págs. 1-25). Málaga.
- Vázquez, M. (Junio de 2012). *La Radio Universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. Tesis Doctoral*. Barcelona.
- Villegas, E. (16 de Enero de 2015). Entrevista Coordinadora Radio Universidad. (R. Pinto, Entrevistador)
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Fuentes en línea

- Agencia para la Investigación de Medios de Comunicación.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de La radio tradicional vs online: <http://www.aimc.es/-La-Radio-Tradicional-vs-Online,196-.html>
- AMARC.* (s.f.). Recuperado el 28 de Abril de 2015, de <http://alc.amarc.org/node/4>
- Asociación de Radios Universitarias de España.* (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2014, de <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/>
- Aula Abierta.* (s.f.). Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de <https://aulaabiertaus.wordpress.com/>
- Autoinforme global de renovación de la acreditación del título de Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Málaga.* (s.f.). Recuperado el 15 de Junio de 2015, de https://www.uma.es/media/tinyimages/file/AutoinformeCAV_1.pdf
- Barreno, J. (20 de Noviembre de 2014). *Ponencia en el I Congreso Internacional de Medios Universitarios.* Recuperado el 3 de diciembre de 2014, de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=xPjvCzWQK8w>
- Carta de Servicios.* (s.f.). Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de radioumh.es: <http://comunicacion.umh.es/files/2011/04/comunicacion-web.pdf>
- Comsolidar.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de <https://comsolidarcomunicacion.wordpress.com/>
- Datos matriculados UMA.* (s.f.). Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www.uma.es/cms/base/ver/section/document/39828/alumnos/>
- Decreto 12/1998, de 22 de enero, por el que se regula el Régimen Jurídico de las emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en el ámbito de la Comunidad de Castilla y León.* (s.f.). Obtenido de <http://bocyl.jcyl.es/boletines/1998/01/28/pdf/BOCYL-D-28011998-1.pdf>
- Decreto 121/2004, de 13 de julio, por el que se modifica el Decreto 131/1994, de 14 de noviembre, por el que se regula el régimen de concesión de emisores de radiodifusión sonoras en ondas métricas con modulación de frecuencia y la inscripción...* (s.f.). Obtenido de <http://doe.gobex.es/pdfs/doe/2004/830o/04040133.pdf>
- Decreto 174/2002 concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios.* BOJA nº 75, Sevilla, 27 de junio 2002. (s.f.). Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/75/1>
- Decreto 231/2011, de 8 de noviembre, sobre la Comunicación Audiovisual del País Vasco.* (s.f.). Obtenido de http://www.eikenlex.net/images/stories/marco_regulatorio/cine_tv_audio_visuales/normativa_autonomica/euskadi/decreto.231-2011.comunicacion.audiovisual.pdf

- Decreto 29/2003, de 13 de marzo, del Consejo de Gobierno, de modificación del Decreto 57/1997, de 30 de abril, relativo al régimen de la radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia.* (s.f.). Obtenido de <http://cmfe.eu/docs/decretazo.pdf>
- Decreto 36/2008 de 4 de abril, por el que se regula el régimen jurídico aplicable al otorgamiento de títulos habilitantes para la prestación del servicio de radiodifusión sonora por ondas terrestres a la inscripción... en el ámbito de las Islas Baleares.* (s.f.). Obtenido de <http://boib.caib.es/pdf/2008050/mp35.pdf>
- Decreto 38/1998, de 31 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se establece el régimen de concesión de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y de inscripción de las mismas en el Registro de Concesionarios.* (s.f.). Obtenido de http://www.docv.gva.es/rlgv/fileadmin/datos/pdfs_notas/1998/MA_Decreto_38-1998.pdf
- Decreto 40/1989, de 13 de marzo, del Consell de la Generalitat Valenciana, por el que se regula el procedimiento de concesión de emisoras de Radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia.* (s.f.). Obtenido de http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion.jsp?id=26&sig=0595/1989&L=1&url_lista=%26amp%3Bamp%3BCHK_TEXTO_LIBRE%3D1%26amp%3Bamp%3Btipo_search%3Dlegislacion%26amp%3Bamp%3Bnum_tipo%3D6%26amp%3Bamp%3BTD%3DDecreto%26amp%3Bamp%3BSOLO_NUMERO_DISPOSICION%3D
- Decreto 47/2002, de 1 de febrero de 2002, por el que se establece el régimen jurídico para la prestación del servicio público de radiodifusión sonora en ondas métricas con FM a y su inscripción en el registro de empresas de radiodifusión.* (s.f.). Obtenido de <http://borm.carm.es/borm/documento?obj=anu&id=43595>
- Decreto 57/1997, de 30 de abril, por el que se regula el régimen de concesión de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia por parte de la Comunidad de Madrid, la prestación del servicio...* (s.f.). Obtenido de <http://www.madrid.org/ICMdownload/TPRL.pdf>
- Decreto 62/1997, de 7 de mayo, por el que se modifica el Decreto 86/1995, de 7 de septiembre, por el que se regula el régimen y el procedimiento de concesión de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con FM en el ámbito de las Islas Baleares.* (s.f.). Obtenido de http://boib.caib.es/pdf/1997063/mp7340.pdf?lang=fr&mode=view&p_numero=1997063&p_inipag=7340&p_finpag=7340
- Decreto 89/2009, de 23 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de la concesión administrativa del servicio público de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en Canarias.* (s.f.). Obtenido de <http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2009/126/boc-2009-126-001.pdf>
- Docencia Radio UNAV.* (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de <http://www.unav.edu/web/vida-universitaria/983radio/docencia/facultad-comunicacion>

- Documentos Radio UNAV.* (s.f.). Recuperado el 8 de Octubre de 2014, de <http://www.unav.edu/web/vida-universitaria/983radio/docencia/aprendiendo-radio>
- Estatutos de la UMA.* (s.f.). Obtenido de <http://www.uma.es/secretariageneral/normativa/propia/disposiciones/organosdegobierno/estatutos.htm>
- Estudio radio On line.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/10/IAB_Estudio-Radio-Online_Final.pdf
- Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada.* (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de http://fcd.ugr.es/static/GestorDocencia*/GCA/3/D2
- Fonoteca Radio UMH.* (s.f.). Recuperado el 23 de Abril de 2015, de <http://radio.umh.es/fonoteca-radio-umh/>
- Gabino, M. A., & Pestano, J. M. (2004). La radio digital: análisis de la difusión web. *Sala de Prensa*, nº 63, <http://www.saladeprensa.org/art518.htm>. Obtenido de <http://www.saladeprensa.org/art518.htm>
- Galería Central.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de http://www.ccom.uma.es/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=74
- Grado en Comunicación Audiovisual CEU UCH.* (s.f.). Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de <http://www.uchceu.es/estudios/grado/comunicacion-audiovisual/plan-estudios/valencia/primer-curso>
- Grado en Comunicación Audiovisual CEU USP.* (s.f.). Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de <http://www.uspceu.com/es/estudios/grado/humanidades-y-ciencias-comunicacion/comunicacion-audiovisual/plan-de-estudios.php>
- Grado en Comunicación Audiovisual UAH.* (s.f.). Recuperado el 30 de Enero de 2015, de https://www.uah.es/estudios/asignaturas/1stAsignaturas_v3.asp?CodCentro=109&CodPlan=G641
- Grado en Comunicación Audiovisual UCAM.* (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.ucam.edu/estudios/grados/audiovisual-presencial/plan-de-estudios>
- Grado en Comunicación Audiovisual UCM.* (s.f.). Recuperado el 9 de Enero de 2015, de <http://www.ucm.es/estudios/grado-comunicacionaudiovisual-plan>
- Grado en Comunicación Audiovisual UEM.* (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-comunicacion-audiovisual-y-multimedia>
- Grado en Comunicación Audiovisual UEX.* (s.f.). Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de http://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/alcazaba/info_academica_centro/titulaciones/info_titulacion?idCentro=17&idTitulacion=G07&idPlan=1704

- Grado en Comunicación Audiovisual UJI.* (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.uji.es/bin/infoest/estudis/grau/esp/csj/com.pdf#page=2>
- Grado en Comunicación Audiovisual UMA.* (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://www.uma.es/grado-en-comunicacion-audiovisual/info/9727/plan-de-estudios-comunicacion-audiovisual/>
- Grado en Comunicación Audiovisual UMH.* (s.f.). Recuperado el 18 de Mayo de 2015, de http://www.umh.es/contenido/Visitantes/:tit_g_242_R1/datos_es.html
- Grado en Comunicación Audiovisual UNAV.* (s.f.). Recuperado el 12 de Enero de 2015, de <http://www.unav.edu/web/grado-en-comunicacion-audiovisual/plan-de-estudios/asignaturas>
- Grado en Comunicación Audiovisual UPF.* (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de http://www.upf.edu/facom/es/titulacions/comunicacio/grau-com_audiovisual/pla/
- Grado en Comunicación Audiovisual UPV.* (s.f.). Recuperado el 9 de Enero de 2015, de <http://www.upv.es/titulaciones/GCOA/info/PlanEstudioS.pdf>
- Grado en Comunicación Audiovisual URJC.* (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.urjc.es/estudios/grado/comunicacion/comunicacion.html>
- Grado en Comunicación Audiovisual USAL.* (s.f.). Recuperado el 16 de Enero de 2015, de <http://www.usal.es/webusal/files/Plan%20estudios%20Comunicacion%20Audiovisual.pdf>
- Grado en Comunicación Audiovisual USJ.* (s.f.). Recuperado el 23 de Enero de 2015, de <http://www.usj.es/estudios/grados/comunicacionaudiovisual>
- Grado en Comunicación Audiovisual UV.* (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/oferta-grados/oferta-grados/grado-comunicacion-audiovisual-1285846094474/Titulacio.html?id=1285847455638&plantilla=UV/Page/TPGDetaill&p2=2>
- Grado en Periodismo CEU UCH.* (s.f.). Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de <http://www.uchceu.es/estudios/grado/periodismo/plan-estudios/valencia/primer-curso>
- Grado en Periodismo CEU USP.* (s.f.). Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de <http://www.uspceu.com/es/estudios/grado/humanidades-y-ciencias-comunicacion/periodismo/plan-de-estudios.php>
- Grado en Periodismo UCM.* (s.f.). Recuperado el 9 de Enero de 2015, de <http://www.ucm.es/estudios/grado-periodismo-plan>
- Grado en Periodismo UEM.* (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-periodismo>
- Grado en Periodismo UJI.* (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.uji.es/bin/infoest/estudis/grau/esp/csj/perio.pdf#page=2>
- Grado en Periodismo ULL.* (s.f.). Recuperado el 8 de Enero de 2015, de http://www.ull.es/view/centros/cci/Plan_de_estudios/es

- Grado en Periodismo UMA.* (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://www.uma.es/grado-en-periodismo/info/9507/plan-de-estudios-periodismo/>
- Grado en Periodismo UMH.* (s.f.). Recuperado el 18 de Mayo de 2015, de http://www.umh.es/contenido/Visitantes/:curso_140_1_2/datos_es.html
- Grado en Periodismo UNAV.* (s.f.). Recuperado el 12 de Enero de 2015, de <http://www.unav.edu/web/grado-en-periodismo/plan-de-estudios/asignaturas>
- Grado en Periodismo UNIZAR.* (s.f.). Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de http://titulaciones.unizar.es/periodismo/cuadro_asignaturas.html
- Grado en Periodismo UPF.* (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.upf.edu/facom/es/titulacions/periodisme/grau-periodisme/pla/>
- Grado en Periodismo URJC.* (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.urjc.es/estudios/grado/periodismo/periodismo.html>
- Grado en Periodismo USJ.* (s.f.). Recuperado el 23 de Enero de 2015, de <http://www.usj.es/estudios/grados/periodismo>
- Grado en Periodismo UV.* (s.f.). Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/oferta-grados/oferta-grados/grado-periodismo-1285846094474/Titulacio.html?id=1285847461402&plantilla=UV/Page/TPGDetail&p2=2>
- Grado en Periodismo UVA.* (s.f.). Recuperado el 30 de Enero de 2015, de <http://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.oferta-formativa-grados/2.01.02.01.alfabetica/Grado-en-Periodismo/>
- Interactive Advertising Bureau.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de www.iabspain.net: http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/10/IAB_Estudio-Radio-Online_Final.pdf
- La radio tradicional vs On line.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de <http://www.aimc.es/-La-Radio-Tradiciona-vs-Online,196-.html>
- Ley 10/2007, de 29 de marzo, de Medios Audiovisuales de Castilla-La Mancha.* (s.f.). Obtenido de <http://docm.castillalamancha.es/portaldocm/descargarArchivo.do?ruta=158587.doc&tipo=rutaCodigoLegislativo>
- Ley 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora.* (s.f.). Obtenido de http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1991-8479
- Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual en Cataluña.* (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/boe/dias/2006/02/14/pdfs/A05746-05777.pdf>
- Ley 26.522 Servicios de Comunicación Audiovisual y reglamentación.* (s.f.). Recuperado el 29 de Abril de 2015, de [www.infoleg.gov.ar:](http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm) <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones.* (s.f.). Obtenido de http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-28143

- Ley 6/1999, de 1 de septiembre, del audiovisual de Galicia.* (s.f.). Obtenido de http://www.xunta.es/dog/Publicados/1999/19990908/AnuncioED6A_es.html
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.* (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>
- Ley N° 22.285 de Radiodifusión.* (s.f.). Obtenido de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm>
- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.* (s.f.). Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-24515>
- Ministerio de Educación. Gobierno de España. (s.f.). *Media Radio.* Recuperado el 11 de Mayo de 2015, de [recursos.cine.mec.es: http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque3/pag2.html](http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque3/pag2.html)
- Normativa UHU.* (s.f.). Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de http://www.uhu.es/sec.general/Normativa/Texto_Normativa/2011-11-reglamento-uniradio.pdf
- Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. (2008). *Marco Europeo de Cualificaciones para el aprendizaje permanente.* Luxemburgo. Recuperado el 31 de octubre de 2014, de [http://secretariageneral.ugr.es/pages/org_gobierno/claustro_universitario/claustroeees/a5/!](http://secretariageneral.ugr.es/pages/org_gobierno/claustro_universitario/claustroeees/a5/)
- Orden de 24 de septiembre de 2003, por la que se regula el procedimiento de concesión de emisoras culturales de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía.* (s.f.). Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/190/d1.pdf>
- Plan de Estudios Grado en Comunicación Audiovisual UMA.* (s.f.). Recuperado el 11 de Noviembre de 2014, de <http://www.uma.es/grado-en-comunicacion-audiovisual/info/9727/plan-de-estudios-comunicacion-audiovisual/>
- Plan de Ordenación Docente UMA 2014-2015.* (s.f.). Obtenido de http://www.uma.es/media/files/POD_2014-15_Aprobado_CG_24_2_14.pdf
- Presentación UMA.* (s.f.). Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://www.uma.es/conoce-la-uma/info/5576/historia/>
- Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el Reglamento Técnico de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios sin ánimo de lucro.* (s.f.). Obtenido de <http://www.ondacolor.org/descargas/reglamentecnservcatsi2010.pdf>
- Radio Campus.* (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de http://www.rcampus.net/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=40
- Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio, por el que se establece el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia.* (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1979-14372>
- Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de*

- las enseñanzas universitarias oficiales.* (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-10542>
- Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de marzo, por el que se transponen directivas en materia de mercados interiores de electricidad y gas y en materia de comunicaciones electrónicas, y por el que se adoptan medidas para la corrección de las desviaciones...* (s.f.). Obtenido de <http://www.boe.es/boe/dias/2012/03/31/pdfs/BOE-A-2012-4442.pdf>
- Reglamento Radio UMH.* (s.f.). Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de radioumh.es: <http://radio.umh.es/files/2012/07/Reglamento-de-la-Radio-Universitaria.pdf>
- UAL Radio.* (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://www2.ual.es/radioual/bienvenido-a-radio-universidad-ual/>
- UniRadio Jaén.* (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://uniradio.ujaen.es/conocenos/uniradio-jaen>
- UniRadio Jaén.* (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://uniradio.ujaen.es/conocenos/radio-universitaria>
- Universidad de Huelva.* (s.f.). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de http://www.uhu.es/sec.general/Normativa/Texto_Normativa/2011-11-reglamento-uniradio.pdf
- Universidad.es.* (s.f.). Recuperado el 30 de Octubre de 2014, de Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE): <http://www.universidad.es/titulaciones/buscador-titulaciones?q=Graduado+Graduada+en+Periodismo&level=&branch=Ciencias+ Sociales+y+Jur%C3%ADdicas&items=50&page=1>

Fuentes orales

- Aceña, B. (5 de Febrero de 2015). Director Radio USJ.
- Álvarez, A. (17 de Febrero de 2015). Codirectora Radio CEU.
- Aparisi, M. C. (22 de Enero de 2015). Coordinadora Vox UJI Ràdio.
- Atencia, J. M. (5 de Marzo de 2015). Director de Contenidos Cadena SER Málaga.
- Benavides, E. (23 de Enero de 2015). Responsable Radiouniversidad.es o UAL Radio.
- Capote, L. J. (8 de Enero de 2015). Director Radio Campus.
- Castelló, R. (4 de Febrero de 2015). Coordinadora Radio Universitat.
- Ceballos, J. J. (14 de Enero de 2015). Coordinador Europea Radio.
- Contreras, P. (14 de Enero de 2015). Directora de UniRadio Huelva.
- De Lorenzo, I. (12,13,23 de Enero de 2015). Director 98.3.
- Del Castillo, J. C. (10 de Marzo de 2015). PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UMA.
- Fernández, D. (3 de Febrero de 2015). Director RUAH Alcalá.
- García, I. M. (5 de Febrero de 2015). Coordinadora iRadio UCAM.
- García, M. (17 de Diciembre de 2014). Director Comsolidar Proyecto de Innovación Educativa.

- López, N. (02 de Febrero de 2015). Directora Onda Universitaria Radio Universidad de Valladolid. Radio UVA.
- Luengo, J. T. (23 de Febrero de 2015). Director Escuela de Radio Campus UMA.
- Lumbreras, T. (25 de Noviembre de 2014). Coordinadora Galería Central Proyecto de Innovación Educativa.
- Marta-Lazo, C. (3 de Febrero de 2015). Directora Radio UniZar.es.
- Martín, D. (16 de Diciembre de 2014). Director Onda Campus.
- Martín, E. (9 de Marzo de 2015). Director emisoras musicales grupo PRISA y alumno de Periodismo.
- Martínez, S. (20 de Enero de 2015). Coordinadora Radio UMH.
- Olivares, J. Á. (20 de Febrero de 2015). Director UniRadio Jaén.
- Ortiz, M. Á. (15 de Enero de 2015). Coordinador InfoRadio UCM.
- Palau, J. M. (17 de Febrero de 2015). Director UPF Ràdio.
- Postigo, I. (26 de Noviembre de 2014). Vicedecana Ordenación Académica Facultad Ciencias de la Comunicación UMA.
- Ramírez, O. S. (5 de Marzo de 2015). Coordinador Radiolé Málaga y egresado del Grado en Comunicación Audiovisual.
- Revilla, C. (21 de Enero de 2015). Coordinadora UPV Ràdio.
- Rodríguez, C. (18 de Febrero de 2015). Profesora Colaboradora On CEU Radio.
- Sánchez, M. (10 de Febrero de 2015). Director Radio URJC.

ANEXOS

**ANEXO 1: Cuestionario/entrevista Inmaculada Postigo Gómez,
Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias de la
Comunicación de la Universidad de Málaga.**

CUESTIONARIO INMACULADA POSTIGO GÓMEZ VICEDECANA DE ORDENACIÓN ACADÉMICA		
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN UMA		
	PREGUNTA	RESPUESTA
FICHA	Nombre	Inmaculada Postigo Gómez
	Puestos que desempeña en la UMA	Vicedecana Ordenación Académica y Profesorado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga y Personal Docente Investigador.
	Años en la Facultad de Ciencias de la Información	Como PDI desde el año 2000.
PLAN DE ESTUDIOS GRADOS UMA	<p>Para esta investigación es necesario elaborar un plan de estudios para los alumnos de Ciencias de la Comunicación enfocado a formar profesionales del medio radio. Por ello necesitamos saber algunas directrices para la creación del mismo. Podrías indicarnos ¿Cómo se elabora un plan de estudios?</p>	<p>La elaboración de un plan de estudios es complicada. Es un proceso complejo de elaborar, no podemos confundir el diseño de una materia dentro de un plan de estudios, con la elaboración de un plan de estudios. Un plan de estudios significa que todas las materias que un estudiante que quiera adquirir la titulación del Grado en Comunicación Audiovisual o de Periodismo por ejemplo, tendría que cursar de manera obligatoria, de manera optativa, y todas las actividades complementarias que tuviera que realizar. Eso es un plan de estudios. Otra cosa diferente es la elaboración de una programación docente dentro de una asignatura que ya esté dentro de un plan de estudios.</p> <p>La elaboración de un plan de estudios es un proceso bastante largo y complicado. Requiere, en primer lugar, la autorización por parte de la universidad para la que vamos a crear unos estudios conducentes a la obtención de una determinada titulación. Una vez que la universidad decide que va a impartir dentro de sus grados universitarios una titulación, tiene que pedir permiso a la Junta de Andalucía, que es la Comunidad Autónoma correspondiente en este caso.</p> <p>Una vez que la Junta de Andalucía da ese permiso, la universidad se pone en marcha a la hora de elaborar este plan de estudios. La responsable de ese plan de estudios es la universidad y el centro al que la universidad adscribe ese plan de estudios. Lo habitual es que llegado a ese momento comience el proceso de creación, para lo que se crea una comisión con profesorado que se encargue de elaborar el número de materias básicas, el número de materias obligatorias, el nombre de las asignaturas, cómo se elabora cada una de las fichas...</p> <p>Esa comisión una vez que ya tiene toda esta información tiene que pasarlas por Junta de Centro, que es el órgano de gobierno de la facultad, y una vez que esa Junta de Centro lo aprueba, lo tiene que remitir al Rectorado, y el Rectorado también debe a probarlo en su Consejo de Gobierno, que es el órgano máximo donde se ejecuta.</p> <p>A partir de ahí se remite a la propia Junta de Andalucía, la Junta de Andalucía lo vuelve a autorizar para mandarlo a la Agencia de Acreditación Nacional (ANECA). La ANECA lo que hace es verificar o no que toda la documentación, toda esa memoria está correcta o no. Normalmente no dan el visto bueno con el primer envío, ciertamente lo revisan y observan</p>

		<p>si hay aspectos que mejorar. Ellos lo miran por dos lados, por uno que se atenga a la normativa del Real Decreto de la Nación de las Enseñanzas Universitarias, y por otro lado también entran en contenidos, estructura, que tengas personal suficiente como para poder impartir el título, etcétera.</p> <p>Después de esas revisiones en las que probablemente haya que corregir algunos de los aspectos que requieran, la ANECA otorga una certificación de que el título que propones está acorde con la normativa, entonces es el Ministerio es el que lo publica en su Catálogo Nacional de Registro de Títulos, sale publicado en el Boletín Oficial del Estado y es cuando se puede empezar a impartir ese título.</p> <p>Se trata de un proceso complicado y largo, en concreto esta última reestructuración que hemos tenido que realizar con el Plan Bolonia nos ha llevado unos 3 ó 4 años.</p> <p>Como ves, sería totalmente diferente crear en este caso lo que sería un graduado en radio o una asignatura, dentro de un plan de estudios de Grado en Comunicación Audiovisual o en Periodismo.</p>
	<p>¿Qué forma deberíamos darle a esta radio formativa para que se incluyera de manera oficial dentro de las enseñanzas que oferte la Universidad de Málaga?</p>	<p>Lo más fácil sería como una asignatura. Y aun así no es nada fácil. Entonces habría que hablar si se trata de una asignatura optativa o no, o si es mucho más fácil enfocarla como complemento formativo que no sea parte de una asignatura, como prácticas dentro del plan de estudios, etcétera.</p>
	<p>¿Qué diferencia hay entre una asignatura básica y una obligatoria en el plan de estudios de los Grados en Ciencias de la Comunicación?</p>	<p>Los estudiantes para obtener un título de graduado tienen que cursar en un plan de estudios asignaturas de carácter básico, de carácter obligatorio, de carácter optativo además de actividades complementarias. Lo que un estudiante tiene que superar son los 240 créditos.</p> <p>Hay una parte en la que indica el propio Real Decreto que en esos 240 créditos puede haber hasta 6 por otro tipo de actividades relacionadas con el plan de estudios. Quizá esa es la fórmula para que los estudiantes que realizan estas tareas opten a obtener 6 créditos dentro de esos 240. Se podrían segmentar en diferentes cursos, es decir, ya no tiene la rigidez que tiene una asignatura, se trata de una convalidación por la realización de este tipo de actividades que están contempladas evidentemente, dentro del plan de estudios. Por ejemplo, ahora mismo, por pertenecer a órganos colegiados, hacer voluntariado u otro tipo de actividades que dentro de la memoria de la que hablábamos tienen que estar, los alumnos obtienen esos 6 créditos. Se trata de los créditos que antiguamente se llamaban créditos de libre configuración. No son exactamente iguales pero para hacernos una idea sirve.</p> <p>La diferencia entre una asignatura básica y una asignatura obligatoria, es que las asignaturas básicas lo que permiten es la convalidación si el estudiante va a cursar otro grado de la rama, en este caso las titulaciones de Comunicación Audiovisual, Publicidad, y Periodismo, pertenecen a una gran macro área que se llama Ciencias Sociales. Dentro de esa rama de Ciencias Sociales también está Derecho, Económicas, Sociología, y se supone que esas son materias comunes que en teoría, si tú te vas a cursar derecho son más fácilmente convalidables.</p> <p>Las obligatorias son también de obligado cumplimiento para los estudiantes pero tienen que ver con el propio grado y no tienen obligación de convalidarlas si te vas a otra titulación.</p>
	<p>¿Cómo es posible que haya diferentes planes de estudios que rigen los Grados de Ciencias de la Comunicación en las diferentes</p>	<p>En primer lugar antes no era así. En las antiguas licenciaturas y sus planes de estudios en toda España, lo que eran asignaturas de carácter troncal, pertenecían a un catálogo establecido y lo que variaba eran las asignaturas optativas.</p>

	universidades españolas?	<p>Cada universidad decidía las asignaturas optativas.</p> <p>Con Bolonia todo eso cambió, y lo que se hizo fue dar una mayor flexibilidad a la hora de crear incluso los títulos. Es por eso que las denominaciones pueden ser incluso diferentes. En comunicación se intentó llegar a un acuerdo, que no lo cumplen todas, sobre seguir manteniendo la división tal y como se hacía en las tres antiguas licenciaturas de Ciencias de la Comunicación. Solamente han mantenido este acuerdo las grandes universidades y sobre todo las públicas. Las universidades privadas, por el hecho de querer segmentar el mercado han elaborado grados específicos diferentes, que quizá debieran estar enmarcados en lo que sería la formación profesional por su especificación.</p> <p>Las propias comunidades autónomas también tienen competencia en ese sentido. Antes de mandar la memoria a la ANECA la tiene que aprobar primero la comunidad autónoma, por lo que pasa por esos dos filtros. Hay comunidades autónomas que han dejado hacer a sus universidades los grados tal y como han creído mejor, y otras comunidades autónomas que han decidido que sus grados sean más homogéneos, por ejemplo el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que obligó a que al menos el 75% de las áreas que tenían que tocar los planes de estudio de un mismo grado fueran iguales, lo que se viene a llamar la materia. La materia puede ser Sociología por ejemplo y se llega al acuerdo de que en Málaga tiene que haber Sociología, en Granada tiene que haber Sociología, pero eso no tiene por qué concretarse en una asignatura que se llame Sociología.</p> <p>Es una norma de obligado cumplimiento que en todos los planes de estudio del estado español haya 6 créditos de los que te he hablado anteriormente por lo tanto, en mi opinión, sería una propuesta en esa línea la de la radio universitaria, para que los créditos contaran por ahí. Eso requeriría hacer toda la labor, cada universidad tendría que introducir, es decir, cada grado, en su propio plan de estudios, la coetilla concreta de que “nosotros además de por voluntariado y de otras actividades convalidamos también por el trabajo en la radio universitaria”, pero eso sería una modificación de un plan de estudios existente, por lo que es mucho más fácil y posible en cualquier grado.</p>
	¿Cómo se podría capacitar el paso de los alumnos por un plan de formación en la emisora universitaria? ¿Se podría asignar créditos, una nota que formara parte de su expediente académico?	<p>Para que los alumnos pudieran tener una nota numérica habría que darle forma de asignatura, con este tipo de créditos de los que hablamos es imposible que tengan una nota.</p> <p>Cada universidad, además puede tener un título de la propia universidad o del propio centro que certificara el aprovechamiento e introducir una calificación, pero esto es un elemento propio de cada universidad, que si está aprobado en su Junta de Centro se puede hacer.</p> <p>Podría ofrecerse un certificado de aprovechamiento de prácticas universitarias en la radio universitaria con una nota. Podría dividirse en función de los contenidos, por ejemplo, en tres partes para repartir esos 6 créditos.</p>
PLAN DE ESTUDIOS	¿Sería posible pagar a los alumnos por realizar este trabajo en la radio universitaria?	<p>Las prácticas en empresa, las únicas que se pagan, son las externas, porque requieren un convenio de colaboración con la empresa en cuestión a la que tú le mandas los estudiantes en la que además incluye el pago del seguro etcétera, etcétera. Te recomiendo para ello que hables con Alfonso Cortés pero yo dudo que la Universidad de Málaga pueda pagarse a sí misma para pagar a los estudiantes.</p> <p>Nosotros en la Universidad de Málaga tenemos una asignatura que se llama “Prácticas en Empresas” que supone 6 créditos, cada universidad esto lo tiene de una manera</p>

	diferente. Pero son otros seis créditos diferentes, estas prácticas no se pagan.
¿Crees que sería factible la existencia de una emisora de radio universitaria en la UMA desde el punto de vista del puesto que desempeñas?	Yo creo que habría que intentarlo. Fácil no va a ser en absoluto y menos con los tiempos que corren, pero yo soy optimista.
¿Crees que sería necesaria la existencia de la misma para completar la formación de los alumnos de Ciencias de la Comunicación de la UMA?	Tanto como para completar en el sentido de que el plan de estudios ahora mismo esté incompleto, no. Pero sí que me parece muy interesante y una aportación sustancial e importante. Sería una formación añadida muy interesante.
¿Sabes si se ha propuesto anteriormente la creación de una emisora universitaria para esta facultad?	Se ha hablado en más de una ocasión (...)pero no tengo constancia de un proyecto entregado cerrado y acabado sobre una radio universitaria. Se lleva hablando tiempo, pero nunca sin ejecutar, creo, nada.
Desde el punto de vista de la vicedecana de ordenación académica, ¿Sería posible que las asignaturas de radio estuvieran vinculadas a una futura radio UMA? ¿Habría alguna forma de hacerlo administrativamente u oficialmente?	<p>En mi opinión en la Universidad de Málaga, más que un problema de infraestructura o de equipamiento, ya que nosotros estamos equipados para ello, para este proyecto tendríamos un problema de personal. ¿Qué profesorado es el que se va a encargar de hacer eso? Sería un trabajo voluntario y extra propio de personas comprometidas. El problema de esto, es que no se puede exigir a la persona que lo está haciendo que eso funcione, y ese es el problema por el que yo veo ahora mismo inviable el proyecto.</p> <p>Para que hubiera una cierta obligación de crear contenidos para la radio desde las asignaturas de radio se podría hacer una recomendación de cómo hacerlo, debería ser una propuesta que se aprobara como centro en Junta de Centro.</p> <p>La Junta de Centro, que es el órgano de gobierno de la facultad, aprueba las programaciones docentes de todas las asignaturas anualmente, entonces se aprobaría junto con esas programaciones docentes, para estas asignaturas, esas cuestiones. Sería factible pero habría que probarlo anualmente. Una aprobación de Junta de Centro es un acuerdo al que se llega mediante una votación. En este sentido, la Junta de Centro puede obligar o recomendar.</p>
¿Crees que sería mejor para los alumnos que la participación en la emisora fuera solamente voluntaria, sin establecer vínculos con asignaturas?	<p>Según me planteas, hay muchas formas de colaborar en la emisora universitaria. Lo que estamos hablando de que se consiga que parte de las asignaturas de radio sea dotar de contenido a la radio universitaria, sería obligatorio.</p> <p>Yo particularmente soy de la opinión de la voluntariedad, es una formación a nivel general extra para el estudiante, que además requiere más tiempo del que después se le va a reconocer, es por vocación, y obligar a la gente que no tiene vocación, implicaría desde mi perspectiva, que empezara a haber conflictos y que el proyecto pudiera no funcionar.</p>
¿Podría considerarse el trabajo de los alumnos en la emisora "prácticas externas obligatorias" o "trabajo fin de grado"? ¿Qué requisitos deberían cumplirse?	Trabajo Fin de Grado, no. Prácticas, depende de cómo se estructurara.
¿Sería posible que parte de las funciones de algunos docentes estuvieran vinculadas a radio UMA, ya sea por impartir asignaturas de radio o por formar parte del plan de estudios?	Aquí en concreto la única opción sería que el Vicerrectorado lo contemplara, pero ya te cuento que ahora mismo con la crisis y los recortes el Vicerrectorado no va a contemplar esa actividad como una tarea obligatoria para el profesorado. Lo que tendría que ser, es que el Vicerrectorado lo contemplara y por lo tanto, indicara quién va a dedicar qué número de horas a la realización de esta actividad, en lugar de a la realización de impartir una clase en un aula. Lo llamaríamos sustitución de créditos de docencia. También habría que tener en cuenta que el departamento tuviese suficiente profesorado como para repartir la docencia de una manera equilibrada.

		<p>Otro tema sería, los Proyectos de Innovación Educativa que son bianuales o anuales. De esa forma, un profesor presenta un proyecto, se aprueba, y ese año el Plan de Ordenación Docente lo contempla. En ese caso sí se puede producir la sustitución de créditos de docencia. Pero cada año el Plan de Ordenación Docente los aprueba, por lo que no sería una opción que asegurara la continuidad del proyecto.</p>
	<p>¿Se podría compensar de alguna manera la participación del PDI? Con descarga de créditos docencia, retribución en nómina, reconocimiento oficial documental, otros...</p>	<p>En el caso del PDI y se podría compensar con el tema del P.O.D pero es complicado, y además sería muy pocas horas.</p> <p>La retribución de nómina sería imposible. Aquí sólo se puede cobrar con cargo a la propia universidad un cargo académico. Un cargo académico está reconocido con su nombre y apellido en los Estatutos de la Universidad de Málaga, que además indica la remuneración a percibir por dicho cargo. Esto además habría que aprobarlo en Consejo de Gobierno de toda la universidad.</p> <p>Como ves, aunque el proyecto esté organizado por la Facultad de Comunicación, necesita del apoyo del Rectorado. No se trataría de una emisora de una facultad, se trataría de la emisora de la universidad, por lo cual necesita el visto bueno del Vicerrectorado de Comunicación y de la propia Rectora. A partir de ahí es como tenemos que empezar, implicando a esas instancias.</p>
	<p>¿Crees que sería necesaria la contratación de PDI especializado para trabajar impartiendo clase en el plan de estudios en una hipotética Radio UMA?</p>	<p>La contratación va a parte. La contratación para un área determinada de un departamento, porque requiera personal, se realiza por áreas, en este caso, Comunicación Audiovisual y Publicidad, y deben ser públicas, por lo tanto, se puede presentar cualquier persona. Se puede exigir unos criterios y unos requisitos, pero deben ser genéricas del área. Cuando tú contratas un asociado a tiempo parcial, no puedes ponerle el apellido de "tienes que tener experiencia en tal cosa". Para Personal de Administración y Servicios, sí se pueden pedir unos requisitos específicos, pero no para Personal Docente Investigador.</p> <p>Quizá para este proyecto, lo más adecuado sería contratación de personal técnico especializado. El personal técnico es personal de administración y servicios es decir PAS y ese personal técnico no puede dar clase en el grado.</p> <p>En el caso de que haya un PDI en la radio, tú contratas un profesor para el departamento X y dentro del Consejo de Departamento se encargan las funciones, que puede ser la de encargarse de la radio. Además de eso va a tener docencia y no vas a poder seleccionar a una persona con el perfil específico adecuado. En este caso como ya te he comentado, son criterios comunes del área son los que se piden, por lo que puede ser que contrates a una persona que tenga la mayor puntuación para entrar, y que no tenga conocimientos de radio.</p>
OPINIÓN PERSONAL	<p>¿Crees que un proyecto de Radio Universitaria sería bienvenido ante los órganos superiores de la UMA?</p>	<p>Yo creo que de entrada sería bienvenido, ahora bien, que eso hiciera que se implicara realmente con los momentos que estamos viviendo de cambios, lo veo complicado. De entrada puede parecer un proyecto muy bonito y darte el visto bueno, pero necesitaría de verdad que alguien creyera en el proyecto, se implicara y empezara a echar una mano para gestionarlo desde el principio. En esta facultad hay varias personas que siempre han tenido en mente la creación de un proyecto de este estilo, quizá la vía debiera ser el Decano de la Facultad.</p>

ANEXO 2: Cuestionarios/entrevistas a Coordinadores Proyectos PIE

Facultad de Ciencias de la Comunicación UMA

Cuestionario/entrevista a Marcial García López Coordinador Proyecto de Innovación Educativa Comsolidar.

CUESTIONARIO MARCIAL GARCÍA COORDINADOR PIE COMSOLIDAR		
	PREGUNTA	RESPUESTA
DIRECTOR	Nombre	Marcial García López Director de Comsolidar
	Puesto que desempeña en la UMA	PDI Titular
	Años de experiencia en la UMA	21
CAUSAS QUE PROMUEVEN LA ACTIVIDAD	Nombre de la actividad	Comsolidar
	¿En qué consiste?	Comsolidar está planteada como una agencia de publicidad o una agencia de comunicación, quizá más genéricamente, que trabaja para ONGs y colectivos sociales que no tienen recursos ni económicos, ni humanos, ni tienen capacidad para desarrollar acciones de comunicación. Nosotros lo que hacemos es proyectos de comunicación de manera totalmente gratuita. La condición es esa, nosotros trabajamos gratis pero lo hacemos sólo para quien no tiene capacidad ni recursos para poder pagar a un profesional, es decir, que no tiene capacidad para poder enfrentarse a esa situación. En términos generales es lo que hacemos. Hemos trabajado por ejemplo con Málaga Acoge, Justa Alegría, Málaga Solidaria, la Casa a La Buena Vida que es una asociación para la integración gitana que está en Palma Palmilla. Nuestro ámbito es Málaga pero también es verdad que hemos hecho trabajos para gente de fuera, como la Asociación de Amigos del Pueblo Saharaui de Ciudad Real, también para Granada para una asociación que trabaja con familias que tienen niños con dislexia, por ejemplo.
	¿Cuándo comenzó a realizarse?	Hace 5 años como las casualidades de la vida, Tecla empezó con la Galería Central, y nosotros con Comsolidar. En el curso 9/10.
	¿Qué motivos impulsan a llevarla a cabo?	Hay varias motivaciones y se da una serie de circunstancias. Por un lado coincido con Tecla que fue un momento en que la facultad apenas más allá de la vida académica no había vida, con iniciativa, con proyectos, que de alguna forma apliquen o pongan en marcha todo lo que aquí se aprende se estudia y se enseña. Luego hay una motivación personal porque me interesa aplicar mi trabajo, lo que yo sé, lo que me gusta hacer en la vida real, el trabajo de la solidaridad, de la ONG. Y luego otra circunstancia que justo ese año el curso es un curso con el que había muy buena química, que estaba muy motivado a hacer cosas y además tenía un potencial y un talento tremendo. Digamos que se dieron las circunstancias para que ese proyecto se pusiera en marcha. Pero más que nada era esa sensación de que estábamos dedicados sólo a nuestro trabajo que sólo se daban ya las clases y que no había vida fuera de eso.

	<p>¿Cuenta con el respaldo de la facultad o de alguna entidad?</p>	<p>Nosotros trabajamos sin dinero, por lo que dependemos siempre de la solidaridad y de la facultad, sí. Juan Antonio García Galindo, como Decano, nos cedió un espacio para poder reunirnos y el reconocimiento, el apoyo en determinadas circunstancias puntuales, como de impresión del departamento, pues también, o si necesitamos en algún momento imprimir, grabar, o necesitamos algún estudio, la facultad y el departamento siempre son un apoyo importante. Además se aprobó el reconocimiento automático de los créditos de libre configuración de los estudiantes que colaborasen en Comsolidar aunque esos créditos de libre configuración ya no existen. Aparte de eso, apoyos claros y directos, la verdad es que no. He intentado que el Rectorado, vicerrectores, vicerrectoras, directores y directoras me hicieran caso pero me mandaban para aquí y para allá... Pedíamos un espacio, un equipo un poco más amplio, y en ese sentido tengo que decir que la universidad no ha valorado este proyecto. Luego ONGs que en momentos determinados, con las que hemos trabajado, nos han apoyado en cosas particulares y puntuales.</p>
	<p>¿Obtiene alguna compensación por la dirección o coordinación de esta actividad? Descarga de créditos docencia, retribución en nómina, otros...</p>	<p>Nada esto es algo totalmente voluntario, le dedico mi tiempo y muchas veces dedico hasta mi dinero.</p>
<p>ACTIVIDAD</p>	<p>¿Cómo se estructura la actividad? Departamentos, grupos de trabajo...</p>	<p>Al final lo estructuramos como una agencia. Creamos departamentos, los alumnos trabajan aquí de manera voluntaria, los alumnos que están interesados se incorporan y trabajan porque tienen ganas de quizá de tener una experiencia profesional previa al acabar la carrera, otros porque sienten un compromiso que es aplicar sus conocimientos a ayudar a gente que lo necesite o colectivos que lo necesiten, y al final lo que hacemos es que con todos estos estudiantes organizamos departamentos. Tenemos un Departamento de Creatividad, la gente que tiene interés y más talento se ubica ahí, después también tenemos el Departamento de Dirección de Arte, el Departamento de Diseño, un Departamento Web también, o más bien un Departamento Digital que tiene que ver con redes sociales y con todo lo que tiene que ver el ámbito de lo digital, y un Departamento de Relaciones Públicas. En términos generales esta sería la estructura. A parte de mi trabajo como supervisor y coordinador del proyecto y de cada uno de los trabajos ahora mismo lo tenemos en <i>standby</i> porque he sido padre y con un niño tan pequeño es difícil compaginar esto de manera voluntaria con el trabajo. Hasta ahora lo que contaba era con 3 colaboradores que eran antiguos alumnos, ya con su título, algunos que hasta trabajan, que de alguna forma son coordinadores de cuentas. Como todos han pasado por Comsolidar y todos tienen experiencia en Comsolidar y tienen su título, hacen un apoyo en la coordinación para supervisar y coordinar grupos concretos de trabajo. Serían del Departamento de Coordinación de Cuentas, coordinación tráfico, depende, pero sí sería un departamento más en dirección y coordinación del trabajo. La idea es continuarlo pero ahora mismo hemos hecho un parón.</p>
	<p>¿Hay algún tipo de programación didáctica o guía docente que rijan esta actividad?</p>	<p>No. nosotros creamos grupos de trabajo, es como la Constitución Británica, es algo escrito, sencillo y todos lo tenemos claro. Primero hacemos una convocatoria pública y una prueba a todos los</p>

	<p>estudiantes que se presentan, pues queremos ver que capacidades tienen, motivación, intereses, hacemos una entrevista y a partir de ahí la dinámica de trabajo es muy sencilla. Contactamos con las ONGs o los movimientos sociales contactan con nosotros y partimos de una hoja donde se establecen todos los objetivos de trabajo con la ONG o quien sea que soliciten los servicios, y ahí se definen los objetivos, el trabajo, cuáles son exactamente las cosas que necesitan, es una primera reunión para rellenar esa hoja, está todo el grupo así como el coordinador que está trabajando en ese grupo para esa cuenta concreta. Una vez que tenemos esta ficha rellena tenemos una reunión de trabajo interna en la que decidimos cuál va a ser el concepto sobre el que vamos a trabajar y eso se lo presentamos nuevamente al cliente, si le parece bien lo aprueba. A partir de ahí el grupo empieza a trabajar y yo delego en ese coordinador que ha pasado antes por Comsolidar y ya ellos se organizan y vamos creando un calendario para ir supervisando el trabajo y cuando ya consideramos que está bien hecho se lo presentamos. Dependiendo de los objetivos y de los recursos de los que dispongan y nosotros dispongamos, así como de sus necesidades, hemos hecho de todo, desde páginas web, cartelería, video, fotos, acciones en la calle, lo hemos pasado muy bien.</p>
<p>¿Hay alguna asignatura unida a esta actividad o que colabore con ella?</p>	<p>Proyecto de Innovación Educativa el año que lo solicitamos nos lo concedieron y durante dos años estuvo reconocido como Proyecto de Innovación Educativa. Ahí estuvo vinculado a varias asignaturas, de hecho hicimos varias actividades formativas relacionadas también con el proyecto Comsolidar como los talleres, uno de redes sociales aplicado a las ONGs, otro de relación con los medios, para los dos trajimos a la Responsable de Estrategias 2.0 de Amnistía España para las redes sociales y para el otro a la Responsable de Relación con los Medios de Amnistía Internacional de Málaga. Hicimos un cine fórum aquí en la facultad abierto a todo el mundo, un debate, y varias actividades formativas abiertas a todos. En el tema de las asignaturas hemos estado colaborando en estos dos años atrás con Florencio Cabello para su asignatura de segundo que es Tecnología, que les exige una campaña relacionada con todo el tema de redes sociales y lo que llegamos fue a un acuerdo para que el proyecto Comsolidar se presentase como una de las posibles acciones, propuestas reales para que algún grupo interesado lo pudiese llevar a cabo, y allí vamos varios cursos que lo hemos hecho así de esta manera. Los alumnos de la asignatura de Florencio trabajan con Comsolidar de manera real, ya que ellos diseñan del plan de trabajo en las redes sociales.</p>
<p>¿Se les ofrece algún tipo de formación específica o <i>training</i> por vuestra parte antes de comenzar a trabajar en ella?</p>	<p>Sí, lo que hacemos es una cosa muy básica explicamos un poco cómo funciona, hacemos ver cómo funciona una agencia, qué es lo que van a hacer, como lo hacemos de manera muy básica no es una sesión de formación como tal, sería algo bastante informal pero sí, lo hacemos. Suelen incorporarse alumnos de 3º y 4º aunque en algunos casos ha llegado a entrar gente de 2º.</p>
<p>¿Con qué frecuencia se realiza la actividad? Cada curso académico, cada semestre...</p>	<p>Se hace por curso académico y lo que hacemos es dividir el trabajo en semestres.</p>
<p>¿Cuánto tiempo dura?</p>	<p>El proyecto funciona por curso académico. Llegamos</p>

		a tener en un curso hasta 13 ONGs, pero lo que hacemos es dividirlos si tenemos muchos y distribuimos el trabajo teniendo en cuenta el parón de los exámenes y el resto lo pasamos al siguiente semestre. El proyecto funciona por curso académico.
	¿Cuánto tiempo le dedican a la preparación y realización de la misma?	La verdad es que depende mucho de cada trabajo pero bastantes horas, yo diría que no por hacer una media que cada grupo puede estar haciendo 30 horas por proyecto o campaña. Nosotros nos planteamos plazos y objetivos.
	¿Cuántos alumnos participan actualmente?	El primer curso pasaron 15 y al curso siguiente ya eran 75. Habremos tenido una media de 60 alumnos por curso académico y justo este último curso lo que hicimos fue limitarlo porque se hacía muy difícil gestionarlo y dirigirlo y poder trabajar con tanta gente por lo que estos dos últimos cursos decidimos poner un cupo con el que pudiéramos manejarlos con unas 30 personas.
	¿Qué requisitos deben cumplir para poder colaborar en la actividad?	Lo primero de todo es lógicamente las ganas de trabajar, aquí se trabaja gratuitamente y no hay en sí una exigencia formal, lo detectamos haciendo entrevistas personales, hacemos una prueba, una valoración de contenidos y conocimientos y después siempre es necesario que sean estudiantes de la Universidad de Málaga, principalmente tienen prioridad de los estudiantes de esta facultad y dentro de esta facultad, prioridad a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas.
	¿Desempeñan labores de responsabilidad?	Sí porque ellos son responsables de su trabajo, como son ellos quienes los presentan ante las asociaciones u ONGs y son ellos los que tienen que rendir cuentas ante ellos, de alguna forma mi papel aquí es sencillamente ser el catalizador, supervisor, coordino, llevo a cabo un papel pedagógico y didáctico y voy corrigiendo su trabajo pero al final ellos son responsables de su trabajo y son ellos los que responden por él.
	¿Se produce la rotación de roles?	Intentamos ser flexibles pero también que eso sea una experiencia fructífera tanto para las ONGs como para ellos, por ello lo que intentamos es que una vez que han asumido un rol que lo mantengan, pero evidentemente no de una manera rígida, si no funciona, la idea es que cambien, o si ellos mismos manifiestan un interés por cambiar de equipo se realiza sin problemas, siempre que este cambio se ajuste a su capacidad, su talento y su formación.
	¿Perciben los alumnos alguna compensación a cambio de su participación en ella?	Antes sí se reconocía créditos de libre configuración a cada 20 horas en Comsolidar, se consideraba un crédito de libre configuración. Ahora ese reconocimiento creo que depende de la Comisión de Convalidaciones. Aun así Comsolidar da un certificado con las horas que se han trabajado y el alumno ya lo presenta y lo solicita.
	¿Se certifica de alguna manera su participación en la misma? Créditos, dinero, otros...	Yo les doy una hoja, un certificado, cuando además se presentan una convocatoria de voluntariado de investigación de un proyecto, ese certificado es emitido por la facultad, entonces ya depende de las circunstancias en cada curso, pero de cualquier manera yo siempre doy un certificado con las tareas que han hecho el tiempo que han dedicado con qué asociaciones han trabajado...
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que los alumnos obtienen una formación más completa después de participar en la actividad?	Sí porque aquí hay una experiencia profesional real, ellos tienen que responder y resolver problemas reales y lógicamente eso requiere la aplicación de unos conocimientos como poner en cuestión todo lo que saben, todo lo que conocen, sus capacidades, sus límites, pero por otro lado también interesa el aprendizaje humano, ellos entran en contacto con

	personas y realidades que probablemente no habrían llegado a ellos.
¿Qué carencias identifica en los alumnos a la hora de empezar a trabajar en el proyecto?	Hay dos tipos de carencias en términos generales, por ser breve, a veces es que no hay “compromiso líquido”, es la sensación de que hay un grupo de estudiantes que entran en el proyecto que están motivados pero ponen siempre otras cosas antes del trabajo en este proyecto, entonces creo que ahí sí que hay una cuestión de generaciones o de familia, pero sí nos encontramos todos los años con un número de estudiantes a los que les cuesta asumir la responsabilidad del compromiso que han adquirido. Por otro lado, carencias de tipo formativo pues sí, sin duda, recursos para enfrentarse a ciertas situaciones construir una estrategia, tener una visión global del problema, se centran muchas veces sólo en las cuestiones particulares y veo que no tienen capacidad para hacer un análisis global y decidir una estrategia y a partir de ahí a empezar a trabajar. Eso en términos generales, luego hay gente muy brillante y muy comprometida
¿Considera que se subsanan esas carencias cuando acaba dicha colaboración?	Pues no lo sé. En algunos casos en los que he tenido contacto más directo podría decir que sí, que yo sé que les ha ayudado a pensar de otra manera, a tener un compromiso más fuerte, a tener una mirada más crítica, a que fueran conscientes de cuáles eran sus carencias y qué tenían que reforzar, incluso a conocer sus fortalezas y trabajar sobre ellas pero no me atrevo a hablar de manera taxativa o general.
¿Qué aspectos positivos destaca de los alumnos que participan en la actividad?	El talento y la frescura para trasladar o aplicar lo que saben, sentirse útil, de ser solidario, de ayudar, de hacer algo trascendental en su vida, hay más gente joven de la que creemos que está dispuesta a todo ello.
¿Desea añadir algún comentario más sobre algún tema que no haya sido tratado durante esta entrevista?	Siempre les invito a que le saquen a la experiencia de Consolidar el máximo partido, que es una experiencia única humana y solidaria. Es fundamental crear un buen ambiente de trabajo que sea un proyecto sobre todo de personas.

Cuestionario/entrevista a Tecla Lumbreras Coordinadora Galería Central
Proyecto de Innovación Educativa

CUESTIONARIO TECLA LUMBRERAS COORDINADORA PIE GALERÍA CENTRAL		
	PREGUNTA	RESPUESTA
DIRECTOR	Nombre	Tecla Lumbreras Kraüel
	Puesto que desempeña en la UMA	Personal Docente Investigador
	Años de experiencia en la UMA	
CAUSAS QUE PROMUEVEN LA ACTIVIDAD	Nombre de la actividad	Galería Central
	¿En qué consiste?	Galería Central es un proyecto que surge de los alumnos que en una semana cultural estaban buscando un espacio para mostrar sus fotografías y acudieron a mí, pues sabían que yo me dedicaba también fuera de la facultad a temas de gestión cultural, para ver dónde podían montar una exposición. Para ello buscamos un sitio y lo encontramos en ese ensanchamiento del pasillo de la primera planta de acceso a las aulas, la acondicionamos, montamos la exposición y como vimos que quedaba muy bien decidimos continuar. En principio fue muy casual.
	¿Cuándo comenzó a realizarse?	La primera exposición la inauguramos el 20 de noviembre del 2008.
	¿Qué motivos impulsan a llevarla a cabo?	La necesidad de los alumnos de tener un espacio donde mostrar sus trabajos, por lo que se trata de un proyecto muy colaborativo, muy participativo, como te comentaba, surge de abajo a arriba, puesto que son los alumnos los que llevan a cabo todas las tareas desde lo que sería el comisariado de las exposiciones, la producción, la comunicación, el diseño, todo el material publicitario, la búsqueda de patrocinios, etcétera. Yo lo que hago es coordinar. También participan en el proyecto dos profesoras que son Victoria Gabilondo e Isabel Garnelo y un grupo de alumnos que se va renovando cada año. Cada año se abre la convocatoria y normalmente siempre hay afluencia de gente nueva.
	¿Cuenta con el respaldo de la facultad o de alguna entidad?	Sí, la verdad es que el proyecto una vez que surge, se lo planteamos al Decanato y desde el principio tuvimos el apoyo del Decano de la Facultad, el Decanato es quien nos da un presupuesto mínimo, porque como máximo por exposición podemos gastar unos 300 euros, yo adelanto el dinero además, para no encarecer los precios. También hemos buscado colaboradores y patrocinadores en muchas ocasiones, algunas permanentes y otras para actuaciones puntuales. Actualmente en lo que es la edición de los carteles y <i>flyers</i> participa el Área de Juventud del Ayuntamiento de Málaga, pero anteriormente durante muchos años fue el Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga. Ahora también está colaborando la Tienda UMA, y también hemos tenido como patrocinador durante muchos años Cerveza Victoria, el Museo del Vino, colaboraciones de la Junta de Andalucía para exposiciones concretas, como por ejemplo, una que hicimos con Turismo en la que colaboró la Consejería de Turismo

		de la Junta de Andalucía, también otra exposición en la que colaboró la Consejería de Innovación Ciencia y Tecnología de la Junta de Andalucía concretamente el Proyecto Lunar. Tenemos la intención de seguir trabajando en ello puesto que en la facultad hay alrededor de 2.000 alumnos y además en toda la comunidad universitaria creo que somos unos 40.000, entre alumnos, profesores y personal de administración y servicios, muchos seguro que estarían dispuestos a colaborar. De esta forma hemos obtenido colaboraciones de Leche Pascual por ejemplo, o Pastelerías Roldán, que nos proporciona el catering para la inauguración de las exposiciones.
	¿Obtiene alguna compensación por la dirección o coordinación de esta actividad? Descarga de créditos docencia, retribución en nómina, otros...	Por ser un Proyecto de Innovación Educativa nos dan 1000 euros para los dos años por los que se nos concede el PIE. En principio nuestra idea es reservar ese dinero para publicar un catálogo, concretamente dos catálogos, que presentan los trabajos de los cuatro últimos años. Para la edición del primer catálogo que hicimos obtuvimos la ayuda del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, concretamente de Cultura. Desde que es proyecto de innovación educativa me descargan 10 créditos de docencia, que es insuficiente porque yo le dedico mucho tiempo más ya que la programación de un año va en torno a las ocho exposiciones, y evidentemente para coordinar eso hace falta mucho tiempo más de lo que me descargan. Siempre reviso el material publicitario, todo el tema de la comunicación, etcétera, aunque sea un trabajo realizado por los alumnos.
ACTIVIDAD	¿Cómo se estructura la actividad? Departamentos, grupos de trabajo...	Sí, en departamentos.
	¿Hay algún tipo de programación didáctica o guía docente que rijan esta actividad?	No. Pero yo te aseguro que muchos han aprendido de lo que es realizar un proyecto como comisario de la exposición, hasta el diseño del material publicitario, hasta todo lo que es la comunicación, todo ello lo han aprendido a la práctica. Búsqueda de patrocinio, todo lo que es el tema de imagen, para el que tenemos un departamento que se encarga de hacer la fotografía, los videos que luego subimos a las redes sociales, y luego creo que hemos despertado incluso vocaciones. Bien vale el esfuerzo y la dedicación pues para algunos ha supuesto una salida profesional incluso porque están trabajando en galerías de arte.
	¿Hay alguna asignatura unida a esta actividad o que colabore con ella?	Sí, hay varias, de hecho todos los años hacemos una exposición que se llama Diamantes en bruto que es de los alumnos ya que nuestra identidad fundamentalmente, para distinguirlos de otros espacios similares, es centrarnos en alumnos, antiguos alumnos, profesores que llevan otra vida además de docente, que son creativos también, no solo de la facultad sino de otras facultades y de otras universidades. Hemos hecho exposiciones en colaboración con otras universidades, incluso exposiciones internacionales como por ejemplo la exposición que hicimos el año pasado con Medellín. Como soy además coordinadora de la Universidad de Medellín, aprovechando que venían de estancia algunas alumnas de allí, hablamos de la posibilidad de hacer un intercambio de alumnos y la verdad es que fue una experiencia muy interesante. Se llama Málaga-Medellín y la inauguramos vía Skype aunque había una diferencia de 6 horas, hicimos coincidir las inauguraciones. Por ello en principio estamos abiertos a todo lo que sería la comunidad

	<p>universitaria pero hacemos todos los años lo que también son clásicos, como la exposición que se llama Diamantes en bruto en la que se muestran los trabajos de los estudiantes, de los alumnos de diferentes asignaturas, en concreto de “Fotografía Artística y Publicitaria”, de “Videocreación”, de “Realización”, etcétera. Han colaborado profesores como Isabel Garnelo, José Irazo, Alejandro Alvarado, Demetrio Brisset, Juan Salvador Doblas, Victoria Gabilondo, y profesores de otras facultades como por ejemplo de Arquitectura y Bellas Artes.</p>
¿Se les ofrece algún tipo de formación específica o <i>training</i> por vuestra parte antes de comenzar a trabajar en ella?	Lo que hacemos es reuniones con ellos en las que explicamos un poco lo que es Galería Central, cómo funciona, los distintos departamentos, para que ellos elijan en lo que más le interesa trabajar, y luego, desde el año pasado, también estamos haciendo que siempre haya en los comisariados un veterano y uno nuevo.
¿Con qué frecuencia se realiza la actividad? Cada curso académico, cada semestre...	Solemos tener 8 exposiciones para el curso académico, tenemos siempre muchas peticiones y las exposiciones suelen durar un mes.
¿Cuánto tiempo dura?	Las exposiciones suelen durar teóricamente un mes. Luego tenemos una semana para desmontar, montar e inaugurar, procuramos también que no coincida la inauguración con periodo de exámenes o vacaciones.
¿Cuánto tiempo le dedican a la preparación y realización de la misma?	El trabajo previo es enorme, las personas llegan a la exposición y ya lo ven todo montado, parece que todo es muy fácil pero hay mucho trabajo detrás. El alumno que se encarga del comisariado como mínimo está trabajando en la preparación uno o dos meses antes, contactando con los creadores, la selección de la obra, el diseño de la cartelería y <i>flyers</i> , preparación de nota de prensa, pensar el diseño expositivo, hay mucho trabajo que hacer.
¿Cuántos alumnos participan actualmente?	Siempre se nos han apuntado un montón, al menos 20 aunque siempre quedan menos. Como en todos los trabajos, algunos trabajan más y otros trabajan menos.
¿Qué requisitos deben cumplir para poder colaborar en la actividad?	En principio no hay. Lo que sí les explico es que esto es como una pasión, que no piensen en los créditos ni en el beneficio, se trata de hacerlo porque realmente les guste y quieran colaborar, porque van a trabajar mucho. Tenemos fechas de inauguración y deben estar montadas haya clases, trabajos, exámenes, se trata de un compromiso importante que deben adquirir.
¿Desempeñan labores de responsabilidad?	La figura del comisario la venimos llevando a cabo desde hace dos años para que ellos asumieran incluso lo que es la responsabilidad de un proyecto desde el principio hasta el final.
¿Se produce la rotación de roles?	Sí, procuramos que todos pasen por todo desde el comisariado, la creación de imagen, producción, imagen, tema audiovisual, comunicación tanto on line como offline, diseño, aunque las cuentas las llevo yo, el comisario tiene que hacer una memoria cuando hace un proyecto y en esta memoria de evaluación tiene que recoger todo lo que se ha llevado a cabo incluso la financiación. El comisario debe enseñar a un alumno nuevo para que pueda ser el comisario en el curso siguiente.
¿Perciben los alumnos alguna compensación a cambio de su participación en ella?	Le daban un crédito de libre configuración, se trataba de un crédito por año, pero ahora con el tema del grado es todo un poco más complicado y estamos intentando que al menos le den un crédito como antes. Yo creo que sí sería necesario otorgarle una compensación.

	¿Se certifica de alguna manera su participación en la misma? Créditos, dinero, otros...	Sí, les damos un diploma de participación a todos los que se apuntan.
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que los alumnos obtienen una formación más completa después de participar en la actividad?	Yo pienso que sí, creo que ellos se sienten realizados, aprenden, es una forma de aplicar sus conocimientos teóricos a la práctica, que en algunos incluso ha despertado vocación, y se trata de alumnos responsables y orgullosos de la idea de pertenencia al grupo, de ilusión.
	¿Qué carencias identifica en los alumnos a la hora de empezar a trabajar en el proyecto?	Hombre hay algunos que en principio se sienten un poco perdidos, a lo mejor los que se apuntan en 1º y 2º, que están un poco más perdidos, y a veces pues tienen dudas. Procuramos que haya alumnos de los tres Grados de Ciencias de la Comunicación, pero normalmente los de periodismo se encargan del tema de comunicación. Faltaría a pesar de que en primero y segundo se da, o se pretende dar unos conocimientos, por lo menos básicos de todas las áreas a todos los grados, dentro de la comunicación lo que se necesita es gente polivalente que sepa hacer de todo y creo que quizá eso todavía no lo hemos conseguido. A medida que van trabajando y que van acabando los estudios y madurando, van adquiriendo esas capacidades, pero primero y segundo les cuesta mucho más, se encasillan en lo que saben hacer y les cuesta intentar aprender de forma práctica a hacer lo que no saben.
	¿Considera que se subsanan esas carencias cuando acaba dicha colaboración?	Yo creo que sí, que se van ilusionando y aprenden. Como trabajan con gente más veterana les estimula y se ilusionan por hacer cosas aunque no sean tan específicas de su rama.
	¿Qué aspectos positivos destaca de los alumnos que participan en la actividad?	Ilusión, responsabilidad, aplicación de conocimientos, parece que son cosas básicas, pero son importantes, la forma de trabajar en equipo, que es algo que luego se les pide cuando salen al mercado laboral, ellos utilizan instrumentos muy activos creando grupos, creando colectivos a través de las redes sociales, nosotros además de las reuniones presenciales nos comunicamos mucho más a través del WhatsApp y Facebook, están acostumbrados a una comunicación más horizontal y colaborativa donde todos participan y aportan ideas yo creo que el trabajo en el futuro va por ahí.
	¿Desea añadir algún comentario más sobre algún tema que no haya sido tratado durante esta entrevista?	Tenemos cuenta en Twitter y cuenta en Facebook y tenemos canal de YouTube. Te invito echarle un vistazo a todo lo que hemos hecho.

ANEXO 3: Cuestionario/entrevista a Juan Tomás Luengo, Director del proyecto Escuela de Radio Campus UMA

CUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA		
	PREGUNTA	RESPUESTA
DIRECTOR	Nombre	Juan Tomás Luengo
	Puesto que desempeña en la UMA	Profesor Asociado del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA
	Años de experiencia en la UMA	6
CAUSAS QUE PROMUEVEN LA ACTIVIDAD	Nombre de la actividad	Escuela de Radio Campus UMA
	¿En qué consiste?	Es básicamente la organización de un programa semanal de 50 minutos de duración en la segunda emisora de la COPE, los miércoles de una y media a dos y veinte de la tarde. Los contenidos son básicamente universitarios se abarcan temas de actualidad universitaria, inquietudes de los universitarios, entrevistas, reportajes, lleva de todo, noticias, entrevistas, y reportajes.
	¿Cuándo comenzó a realizarse?	Empezamos en noviembre del 2.013 que hicimos de noviembre a julio. Este año comenzamos en octubre y lo realizaremos durante toda la temporada radiofónica hasta julio.
	¿Qué motivos impulsan a llevarla a cabo?	Básicamente para que los alumnos tuvieran unas prácticas reales en radio. Yo como profesor asociado doy clase de radio, doy las prácticas, y veo que los semestres se quedan muy cortos. Al final son 11 o 12 horas de clase en el semestre y cada grupo tiene 20 alumnos más o menos con lo cual no da tiempo a hacer gran cosa. Ahora imparto "Técnicas del mensaje en radio y televisión" y doy algún grupo de radio en tercero.
	¿Cuenta con el respaldo de la facultad o de alguna entidad?	Sí, de la propia Universidad de Málaga, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Colaboran facilitando a un seminario para que se reúnan los alumnos para preparar la escaleta, y tener reuniones de trabajo. Tampoco necesitamos mucho más, sólo que los demás profesores sepan que los alumnos están haciendo esta práctica por si tienen que faltar alguna clase. Aunque siempre pretendemos que el programa no cause distorsiones con las demás clases. De hecho el programa normalmente se graba una vez a la semana en la propia COPE por la tarde cuando hay huecos para grabación. El problema del directo era compaginar los horarios de los alumnos, por eso lo hacemos grabado. Lo cierto es que dependiendo de eso unos días se hace grabado y otros se hace en directo. En esta segunda frecuencia de emisión que tiene la COPE se utilizan algunas horas al día para programación local.
	¿Obtiene alguna compensación por la dirección o coordinación de esta actividad? Descarga de créditos docencia, retribución en nómina, otros...	Tengo una pequeña compensación económica por parte de la COPE. De la publicidad que genera el programa, como yo también de alguna manera nuevo algún cliente, me otorgan una pequeña cantidad de dinero.
A C F	¿Cómo se estructura? Departamentos, grupos de trabajo...	Tenemos grupos de trabajo. El año pasado creamos un grupo de trabajo muy bueno, 4 personas sobre

		<p>todo son las que coordinan a los demás compañeros. Dos presentan y los otros dos, copresentan. Ellos son el núcleo en el cual nos hemos basado el año pasado y éste. Ahora estamos formando a otros alumnos y alumnas que son de segundo y de tercero que ya están colaborando y entrando en antena para que se vayan haciendo con las riendas, pues el año que viene los del núcleo central acaban la carrera y la idea es que el programa tenga una continuidad en antena. Coordinadores realmente son dos y los otros dos son como presentadores. Se reparten entre ellos el trabajo en función de los espacios que hay dentro del programa. Hay espacios de agenda de estudiantes del fin de semana, hay otro grupo que hace reportajes, otro grupo que hace entrevistas. Hay una sección en la que hacen entrevistas que se llama <i>Hay vida después de la UMA</i>, por ejemplo. Luego hay otro grupo que hace una pequeña sección de humor. Cada vez van teniendo más soltura y lo van haciendo mejor. Yo lo que trato es de coordinarles, supervisar su trabajo, y suelo estar con ellos el día de grabación. Son entre 20 y 30 alumnos los que participan. Se organizan por cursos para tratar de que sea homogéneo. Aquí pasa lo que pasa siempre, que hay gente que empieza y luego lo deja, pero es más fácil organizarse con menos alumnos. Se reúnen los lunes por la mañana o a mediodía, hacen la escaleta, me la pasan para que yo le eche un vistazo, pero la verdad es que tienen el trabajo muy trillado. Los programas también se cuelgan en <i>podcast</i> en la web de COPE Málaga. También utilizamos todas las redes sociales para promocionar el programa, a la hora que se emite hay una parte del equipo que se encarga de las redes sociales, de Facebook y Twitter y cuelgan fotos. Se ha hecho con la COPE porque tenían una frecuencia libre para esto, se ofreció también a la SER, a Onda Cero pero no tenían espacio. Es verdad que la ser ahora tiene una segunda frecuencia, por lo que no sé si se lo podrían plantear. Hay que tener en cuenta que la universidad también invierte en publicidad en la COPE, con lo cual, de alguna manera, también la COPE ofrece ese espacio.</p> <p>Para mí lo ideal sería tener una radio on line universitaria. De hecho esa fue la idea inicial pero no había presupuesto disponible. Por eso nació la idea de la COPE. Tenemos todos los medios para ello, únicamente hay un problema de organización y coordinación. También hay que tener en cuenta que la experiencia en una cadena comercial es más real, en ese sentido también tiene más responsabilidad porque tienen más público. Tiene sus ventajas y sus inconvenientes, pero en este caso es una ventaja. Es una práctica más real más parecida a lo que luego se van a encontrar cuando acaben la carrera.</p>
	<p>¿Hay algún tipo de programación didáctica o guía docente que rija esta actividad?</p>	<p>No, realmente no, es un programa de radio, decidimos contenidos y organizamos lo que hacemos. Es una práctica en una empresa, pero durante todo el año. No hay ninguna asignatura unida a esta actividad. No se ha articulado, se podía haber hecho pero no se ha hecho.</p>
	<p>¿Hay alguna asignatura unida a esta actividad o que colabore con ella?</p>	<p>No.</p>
	<p>¿Se les ofrece algún tipo de formación específica o <i>training</i> por vuestra parte antes de comenzar a trabajar en ella?</p>	<p>A principio de temporada hacemos una reunión de trabajo para definir todas las líneas de lo que va a ser el programa a lo largo del año, y luego ya cada semana sobre la marcha se va corrigiendo o viendo</p>

		los demás que se van a dar. Como es el segundo año que lo hacen tienen ya mucha soltura. Los cuatro que lo llevan son los que ayudan a los nuevos que se incorporan. Sobre todo a la base que necesitan es que tengan afición por la radio, están en un ambiente muy distendido y si se equivocan no pasa nada.
	¿Con qué frecuencia se realiza la actividad? Cada curso académico, cada semestre...	Cada curso académico de octubre a julio.
	¿Cuánto tiempo dura?	Aproximadamente 50 minutos, tienen que cuadrarse con el informativo que va justo después
	¿Cuánto tiempo le dedican a la preparación y realización de la misma?	Ahora le dedican menos tiempo, al principio casi todos los días teníamos reuniones, era nuevo y había que pulir, ahora simplemente cada grupo se encarga de hacer su reportaje o su entrevista. Los alumnos lo hacen en su tiempo libre.
	¿Cuántos alumnos participan actualmente?	Participan unos 20 o 30 alumnos aparte los dos coordinadores. Yo animo a los alumnos de mis asignaturas a que vayan viendo cómo se hace y se vayan introduciendo, pierdan el miedo y se animen a hacer cualquier sección o reportaje. Pueden hacer incluso un reportaje para cada 15 días.
	¿Qué requisitos deben cumplir para poder colaborar en la actividad?	Sólo tienen que ser estudiantes de la facultad y tener afición por la radio. Normalmente son alumnos a partir de segundo.
	¿Desempeñan labores de responsabilidad?	Se acostumbra a la responsabilidad de hacer programa semanal, hay que cumplir y completar unos horarios, unas horas de emisión, yo creo que es un hábito muy bueno para ver cómo se trabaja en la radio.
	¿Se produce la rotación de roles?	Los dos principales no cambian, los copresentadores sí que han cambiado. Depende de lo que les guste hacer a ellos. Les doy libertad. De todas formas hay que tener en cuenta que es una emisora comercial y por ello tiene una responsabilidad también.
	¿Perciben los alumnos alguna compensación a cambio de su participación en ella?	No perciben ninguna compensación. Estábamos pensando el tema de los créditos, pero no sé cómo articularlo, la verdad es que ahora no tengo tiempo. Yo creo que a ellos lo que más les vale es que en el currículum puedan poner que han hecho prácticas.
	¿Se certifica de alguna manera su participación en la misma? Créditos, dinero, otros...	Sí, la COPE cuando finalizan a quien lo pide se le expide un certificado de que han colaborado durante el curso académico.
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que los alumnos obtienen una formación más completa después de participar en la actividad?	No me cabe ninguna duda. La gente que oye el programa dice que está fenomenal. Es una experiencia estupenda.
	¿Qué carencias identifica en los alumnos a la hora de empezar a trabajar en el proyecto?	Sobre todo la soltura a la hora de hablar ante el micrófono, el miedo, el respeto... El general son pocos los que han hecho algún tipo de práctica en algún medio local. Se desenvuelven mal y tienen poca soltura esa es la mayor carencia.
	¿Considera que se subsanan esas carencias cuando acaba dicha colaboración?	Sí, ten en cuenta que son un montón de horas de preparación y de antena.
	¿Qué aspectos positivos destaca de los alumnos que participan en la actividad?	Tienen mucha iniciativa, hacen propuestas de contenido, es un proyecto de ellos que hacen, por ello saben mejor que nadie qué inquietudes y temas les interesan. Sobre todo la soltura que cogen, y ven cómo se trabaja en un medio privado. La constancia y el compromiso.

CUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA

1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Año de creación de la actividad	2013		
	Financiación Especificar	Universidad		
		Patrocinio		
		Otra Publicidad.		
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o Asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. ¿Cuál/es? Lo que tenemos son los contenidos que ellos mismos plantean. No hay una colaboración fija con ninguna ONG, si les interesa algún tema de actualidad que tenga que ver con alguna ONG lo introducen		
	Tipo de cuñas. Marcar con una X	Promos propias	x	
		Patrocinio	x	
		Institucionales		
		Sociales	x	
	Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	3	
Formativa		1		
Informativa		2		
Entretenimiento		5		
Social		4		

CUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	Organigrama actual	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen	
	Ejemplo:	En el organigrama estoy yo como director/coordinador de la actividad y luego tenemos a dos coordinadores principales y dos secundarios que son como presentadores. Luego tenemos en torno a cuatro o cinco grupos distintos, cada uno con unas 5 o 6 personas que tenemos que son redactores.	
	<u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS		
	<u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual		
	<u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios		
Voluntarios no remunerados número	PDI: el coordinador, Juan Tomás Luengo.		
	PAS:		
	Alumnos C. Comunicación: Unos 20-30 más 2 coordinadores.		
	Alumnos otras titulaciones:		
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y	No		
	Si.		

voluntariado de la emisora?	
¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	Sí, como yo soy profesor de una asignatura de segundo les explico a los alumnos que existe este programa para los que quieran participar, saben cómo se hace el programa y luego ya quien tiene mucho interés se encaja en un grupo.
¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	Digamos que la selección hago yo y el resto de coordinadores, yo también les dejo que ellos se organicen. Como son alumnos míos yo ya recojo en clase el interés que puedan tener por la radio.

CUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

FICHA TÉCNICA	Tipo de emisión.	Ondas FM	¿Directo o diferido? Sí, en la segunda frecuencia de la COPE. A veces en directo y otras en diferido.
		On line	¿Emisión en directo o diferido? Igual.
		Podcast	Si, programa de la COPE alojado en su web y servidor.
	Horario de emisión	24 horas al día	¿Cuántas de directo?
		X horas al día	¿Cuántas? Una vez en semana, 50 minutos.
	¿La emisora tiene página web?	Sí, la de la COPE Málaga	
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor? Ejemplo: ICE CAST, o propio de la universidad	El propio de la COPE	
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Sí	
	¿Posee la emisora software de gestión de continuidad? Ejemplo: Zara Radio, GDS, XFrame, etc.	X Frame	
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?	Windows	
¿Cuál es el software de grabación y edición? Ejemplo: Audacity, Sound Forge, Sony Vegas, etc.	X Frame		
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	Se graba en la COPE, pero se hacen las escaletas en un seminario de la UMA.		
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	A veces los piden de la Universidad.		

CUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA
5. PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	Son temas universitarios, hay noticias y reportajes relacionados con el mundo universitario.
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, siempre tratando temas de actualidad que a ellos les interesen.	

	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música? ¿Pagáis a SGAE, a AGEDI? ¿Cuánto?	La COPE nos facilita la base musical. Les han ayudado mucho para la confección de la escaleta, sintonía, han prestado las voces para la cabecera, etc.
	¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	No, ellos están en la universidad y ven qué temas le interesa.

QUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo? Ejemplo estudio de medios, Google Analytics, etc.	Al ser una segunda frecuencia, no sé si el EGM lo tiene en cuenta. Ten en cuenta que esta frecuencia empezó el año pasado. Al ser una segunda secuencia es probable que esté agrupada en datos con la otra.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales? ¿Facebook, Twitter?	Facebook: 410 me gusta Twitter: 453 seguidores
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora? Ejemplo: cartelería, correo, web, eventos, etc.	Sí, las promos dentro de la propia COPE en la primera frecuencia y en la segunda.
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?	Hombre, estaría bien saber qué audiencia tenemos, lo importante es el público juvenil que pueda escuchar esta emisora universitaria, oyentes jóvenes. Crear cantera de oyentes nuevos.

QUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLOGICO	¿Disponen de código deontológico?	No. La veracidad, lo que se les enseña aquí en Deontología.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No especialmente. Aunque no solemos tocar temas políticos.
	¿Existe una línea editorial definida?	En general, no se toca la política. Tiene que ver con sus propias inquietudes, por ejemplo, las huelgas se han tratado desde el punto de vista informativo.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	No. No se han leído el libro de estilo de la COPE. En principio, el año pasado, el director de la COPE les dio unas pequeñas indicaciones de que estaban trabajando para una emisora de la Iglesia, por lo que les indicó unas normas básicas de decoro
	¿Existen normas de funcionamiento interno? ¿Decálogo de normas de comportamiento?	No tenemos. No ha habido problemas.

CUESTIONARIO RESPONSABLE PROYECTO ESCUELA DE RADIO CAMPUS UMA

8 .OPINIÓN PERSONAL

OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	Legalmente nadie tiene una concesión administrativa, no están dando. Yo monté una emisora cultural aquí, la emisora de la Asociación de la Prensa, Prensa FM, y tuvimos que cerrar porque no nos dieron frecuencia. No hay frecuencias para repartir entre todos los que han pedido para radios culturales. Una cosa es la normativa y otra el espectro. Si el Estado no traspasa las frecuencias para el ámbito cultural, aunque haya una ley en Andalucía, no hay frecuencias disponibles, la gente está funcionando alegalmente. El problema al final si tienes publicidad y patrocinio es que acabas compitiendo con las emisoras comerciales. Me encantaría que otorgaran concesiones culturales, el problema es que no hay espectro para ello, tendrían que barrer a todos los piratas que hay ocupándolo. El problema está en que el Estado no asigna frecuencias.
	¿Qué mejoraría del proyecto?	Últimamente en este curso ando con el trabajo un poco más liado, me gustaría dedicarle más tiempo para poder hacer un seguimiento más cercano, pero en general estoy muy contento de cómo se está desarrollando la actividad
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	Se podría montar una emisora on line porque además es sencillo y barato. Los jóvenes escuchan la radio por internet, por lo cual tener una FM no es imprescindible. Es un proyecto que necesita mucho tiempo para dedicarle. Es cuestión de voluntad de que alguien se encargue, es un complemento a las clases estupendo.

ANEXO 4: Cuestionario para entrevistas a directores/coordinadores de emisoras universitarias españolas

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado			
	Nombre emisora			
	Universidad	Pública		
		Privada		
	Año de creación de la emisora			
	Dependencia o gestión. Especificar.	Asociación o consejo de estudiantes		
		Universidad		
	Financiación Especificar	Universidad		
		Patrocinio		
		Otra		
	¿Contemplaría o ha contemplado en algún momento la posibilidad de introducir publicidad pagada en la emisora?	Sí. ¿Por qué?		
		No. ¿Por qué?		
	Responsabilidad social: ¿Colabora con ONGs o Asociaciones sin ánimo de lucro?	No.		
		Sí. ¿Cuál/es?		
	Tipo de cuñas. Marcar con una X	Promos propias	<input type="checkbox"/>	
Patrocinio		<input type="checkbox"/>		
Institucionales		<input type="checkbox"/>		
Sociales		<input type="checkbox"/>		
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	<input type="checkbox"/>		
	Formativa	<input type="checkbox"/>		
	Informativa	<input type="checkbox"/>		
	Entretenimiento	<input type="checkbox"/>		
	Social	<input type="checkbox"/>		

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA	<p>Organigrama actual</p> <p>Ejemplo:</p> <p><u>Dirección:</u> Director: 1 contratado externo Coordinador: 1 PAS</p> <p><u>Realización:</u> Jefe técnico: 1 PAS Ayudante: 1 becado comunicación audiovisual</p> <p><u>Redacción:</u> Jefe de redacción: 1 con contrato de prácticas Redactores: 4 con beca colaboración 2 voluntarios</p>	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Personal que trabaja en la emisora y recibe remuneración económica por ello. Número de personas y cargo	PDI(Profesores):
		PAS(Personal administración y técnicos):
		Contratado no PDI ni PAS:
		Contratado de prácticas:
		Becado alumnos C. Comunicación:
		Becado alumnos otras titulaciones:
		Colaboradores externos pagados:
	Otros:	
	Voluntarios no remunerados número	PDI:
PAS:		
Alumnos C. Comunicación:		
Alumnos otras titulaciones:		
Colaboradores externos:		
¿Los PDI o PAS perciben algo a cambio por su trabajo en la estación, como por ejemplo, sustitución de créditos de docencia por horas de trabajo en la radio en el caso del PDI, o reducción de horas dedicadas a otras actividades para dedicar horas a la emisora por parte del PAS?	Sí. ¿Cómo?	
	No.	
¿Existe una normativa propia o estatutos que rijan las contrataciones, becas y voluntariado de la emisora?	No	
	Sí, ¿Documento disponible?	

	¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?	
	¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?	
	¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza? ¿Cómo sería un día normal en la estación?	

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN	¿Alberga la universidad la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual?	No.		
	¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Y en Periodismo? ¿Estas asignaturas tienen relación con la radio? ¿Las prácticas se emiten en la emisora universitaria?	No.		
		Sí.	¿Asignaturas de radio que se imparten?	
	¿Existe algún plan de formación en la radio universitaria? Marcar con una X y explicar en qué consiste.	Seminario		
		Taller		
		Curso		
		Asignaturas grado		
		Otro		
	¿En el caso de poseer plan de estudios, se basa en la adquisición de competencias?			
A su juicio ¿Los alumnos que participan en la radio universitaria obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?				
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora?		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)		
		Falta de conocimientos prácticos (locución, redacción,		

Marcar con una X		etc.)
		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)
		Otros ¿Cuáles?
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí	¿Cómo?
	No	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de alumnos de C. Comunicación? Marcar con una x y explicar en qué consiste.	Créditos ECTS	¿Cuántos?
	Certificado	
	Nota numérica	
	No.	

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS

4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA

FICHA TÉCNICA	Tipo de emisión. Marcar con una x.	Ondas FM	
		On line	
		Podcast	
	Horario de emisión. Marcar con una x.	24 horas al día	
		X horas al día	
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?		
	¿La emisora tiene página web?		
	¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál? Ejemplo Joomla, WordPress, etc.		
	Si emite vía web, ¿Cuál es el servidor? Ejemplo: ICE CAST, o propio de la universidad		
	¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?		
	¿Qué reproductor multimedia utilizan? Ejemplo: Windows Media, Winamp, etc.		
	¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad? Ejemplo: Zara Radio, GDS, XFrame, etc.		
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?		
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición? Ejemplo: Audacity, Sound Forge, Sony Vegas, etc.		
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?			
¿Cuántos estudios hay en la emisora?			
¿Cuántas salas de edición y locución hay? ¿Son los mismos			

	estudios de la pregunta anterior?	
	¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	
	¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza?	Bloques	(Único programa con diferentes bloques temáticos)
		Mosaico	(Diferentes programas uno tras otro)
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?		
	¿Qué número de programas hay actualmente en antena? ¿Me podría facilitar la parrilla?		
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música? ¿Pagáis a SGAE, a AGEDI? ¿Cuánto?		
¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...			

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS			
6.AUDIENCIA			
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media puede tener la emisora? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo? Ejemplo estudio de medios, Google Analytics, etc.		
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales? ¿Facebook, Twitter?		
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web y descargas se obtienen anualmente? ¿Datos de 2.014?		
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora? Ejemplo: cartelería, correo, web, eventos, etc.		
	¿Es importante el concepto de audiencia en esta estación?		

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS		
7.CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO		
CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico?	
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	
	¿Existe una línea editorial definida?	
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo?	
	¿Existen normas de funcionamiento interno? ¿Decálogo de normas de comportamiento?	

CUESTIONARIO RESPONSABLES DE EMISORAS UNIVERSITARIAS		
8 .OPINIÓN PERSONAL		
OPINIÓN PERSONAL	¿Cree que las emisoras universitarias podrán disfrutar en un futuro no muy lejano de una situación de legalidad a nivel nacional para emitir en FM?	
	¿Qué mejoraría de la emisora?	
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	

ANEXO 5: Cuestionario/entrevista a José Manuel Atencia, Director de Contenidos de la Cadena SER Málaga.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA													
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA													
	PREGUNTAS	RESPUESTAS											
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado. Antigüedad en la empresa	José Manuel Atencia. Director de Contenidos de la Cadena SER Málaga. Antigüedad en la empresa: desde 1989.											
	Nombre emisora	Cadena SER Málaga											
	Año de creación de la emisora en Málaga	1984											
	Responsabilidad social: ¿La emisora Colabora con ONGs o Asociaciones sin ánimo de lucro?	No.											
		Sí. ¿Cuál/es? Dando difusión a los temas que nos plantean. Por situarnos, en los últimos años, una de las asociaciones con las que más hemos colaborado es con los Bancos de Alimentos de Málaga. En esta situación de crisis hemos apoyado prácticamente todas las iniciativas que han hecho, hemos hecho programas en supermercados, solo y exclusivamente para estar allí con ellos en los bancos de alimentos en sus campañas de recogida, y desde el propio edificio donde el Banco de Alimentos tiene sus almacenes. Una de las condiciones que debe tener una emisora de radio, un medio de comunicación, aparte de informar y de entretener, en el caso de una emisora de radio, es involucrarse con el tejido social de la ciudad. Todo ello tiene que servir para ensalzar aquello que sea bueno para la ciudad, censurar todo aquello que se crea que no es beneficioso y estar en los momentos más difíciles para la gente. En esta crisis económica hemos colaborado mucho con todas aquellas ONGs que hayan tenido entre sus objetivos echar una mano a la gente que lo estaba pasando mal. En el caso por ejemplo de BancoSol sus campañas para recoger alimentos, publicitamos gratuitamente aquí en la Cadena SER mediante cuñas.											
	Tipo de cuñas. Marcar con una x	<table border="1"> <tr> <td>Promos propias</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Patrocinio</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Institucionales</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Sociales</td> <td>x</td> </tr> </table>	Promos propias	x	Patrocinio	x	Institucionales	x	Sociales	x	Nos referimos a institucionales como publicidad institucional que contrata alguien.		
	Promos propias	x											
Patrocinio	x												
Institucionales	x												
Sociales	x												
Función predominante de la emisora. Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	<table border="1"> <tr> <td>Institucional</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Formativa</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Informativa</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Entretenimiento</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Social</td> <td>3</td> </tr> </table>	Institucional	5	Formativa	4	Informativa	1	Entretenimiento	2	Social	3		
Institucional	5												
Formativa	4												
Informativa	1												
Entretenimiento	2												
Social	3												

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA		
2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA		
ORGANIZACIÓN DE	Organigrama actual.	Áreas de trabajo y puestos y personas que las componen
	Ejemplo:	Tenemos un director general y dos grandes áreas o departamentos con sus directores:

<p>Departamento Comercial 2 directores 14 ejecutivos comerciales</p> <p>Departamento Redacción</p> <p>Director de Contenidos 1</p> <p>Programas 2 redactores</p> <p>Informativos 3 redactores</p> <p>Departamento Técnico Realizadores 2</p> <p>Técnicos e informáticos 2</p>	<p>-Departamento de Contenidos</p> <p>Director de Contenidos: área responsable de antena y programación. Incluye: magazine, informativo, deporte y programación de contenidos especiales.</p> <p>Dentro de este área hay otras dos:</p> <p>Un área de programas: 2 personas</p> <p>Un área de redacción de informativos: 5 personas</p> <p>Un área de deportes: 2 personas</p> <p>Procuramos que estén lo más cohesionadas posible. La programación es responsabilidad de todos.</p> <p>-Departamento Técnico: Técnicos de baja frecuencia a: 2 que están en el estudio (Hacen posible que salga a antena) Técnico de alta frecuencia: 2 personas. Con la radio digital, los técnicos de lata se han convertido en especialistas informáticos. (Son los encargados de que la señal salga de Málaga, llegue a su centro emisor y se distribuya)</p> <p>-Departamento Comercial: Publicidad.</p> <p>Director Comercial</p> <p>2 Jefes de ventas: Cada uno con su grupo de comerciales, en torno a 10 comerciales por jefe.</p> <p>- Departamento administrativo: formado por 2 personas.</p>
<p>¿Existen colaboradores? ¿Son colaboradores remunerados?</p>	<p>Ahora mismo en la emisora no hay nadie trabajando en una situación de colaboración que no esté remunerado. Tampoco hay ningún colaborador fijo. Hay colaboradores por programas, por ejemplo para colaboraciones concretas como la de carnaval, cuando llegue Semana Santa contrataremos a una serie de colaboradores que suelen ser los mismos todos los años y se les paga.</p>
<p>¿Cómo y cuándo se realiza la solicitud o convocatoria de becarios y voluntarios por parte de la emisora?</p>	<p>Desde hace mucho tiempo los becarios acceden a través de acuerdos con las universidades. En el caso de la SER, como es una emisora de ámbito nacional, tiene prácticamente acuerdos con todas las universidades de España. Aunque nosotros hagamos nuestra petición de prácticas específicas en Málaga no descartamos que alguien de otro punto de España solicite, por lo que sea, realizar las prácticas aquí. La solicita a través de la convocatoria nacional, y si nosotros tenemos hueco, realiza las prácticas en Málaga. Lo normal es que nosotros prácticamente cubramos el cupo con estudiantes de la Universidad de Málaga. La convocatoria la hacemos en Mayo. En el convenio que tenemos con la universidad se establecen una serie de criterios. Nosotros hacemos la oferta, la universidad recoge las solicitudes, y es la propia universidad la que analiza que todos los que han solicitado la beca cumplen las condiciones del convenio que nosotros tenemos con ellos. Nos envían el listado de todos los que lo cumplen y nosotros hacemos una selección de acuerdo a ese listado.</p>
<p>¿Cómo se realiza la selección de dicho personal?</p>	<p>Al final siempre tenemos un grave problema de premura de tiempo, a veces los alumnos no saben cuáles son los requisitos que necesitamos hasta que el curso está muy avanzado. Tenemos relativamente poco tiempo, pero hacemos una práctica de audio, una práctica de conocimientos medianamente elementales sobre la actualidad de la provincia donde van a trabajar, y hacemos normalmente una entrevista personal. En la mayoría de los casos la entrevista personal tiene bastante peso.</p>

¿Cuántos becarios pasan por la estación anualmente?	Solicitamos 5-6 becarios teniendo en cuenta que tenemos también una delegación en Marbella y otra en Vélez Málaga. Normalmente 3 o 4 de los becarios se quedan aquí en la capital y otro va a Vélez Málaga.
¿Cuántos son de Comunicación Audiovisual? ¿Y de Periodismo?	Mayoría de periodismo.
¿Existe preferencia por alumnos becados de alguna titulación en concreto? ¿Realizan tareas distintas dependiendo de la titulación que procedan?	Nosotros solicitamos esencialmente becas para periodistas. Es cierto que hay años en los que alguna de las becas son también para alumnos de Comunicación Audiovisual, lo que pasa es que, desde que ya no tenemos televisión, en el caso de Comunicación Audiovisual, seleccionaríamos a alguien a quien le guste mucho la realización y la parte técnica de la radio. Nosotros no tenemos un perfil tan claro para alguien que estudia audiovisual. Debe ser alguien de audiovisual a que le guste mucho el sonido, que tenga conocimientos técnicos digitales, etcétera. El perfil que nosotros necesitamos es el del periodista.
¿Cuál sería el plan de trabajo de la emisora? ¿Cómo se organiza? ¿Cómo sería un día normal en la estación?	Normalmente hacemos una reunión la tarde noche antes, vemos todo lo que está previsto en la agenda para el día siguiente, seleccionamos las cosas a las que creemos que tenemos que ir, que son siempre muchísimas más que a las que podemos acudir, y analizamos los temas que vamos a tener propios. Primamos sobremanera los temas propios a cualquier otra cosa, casi todo a lo que se va a ir hay agencias que te lo van a traer, y si yo tengo que dedicar a una persona que trabaja un tema que sea sólo nuestro, o que vaya a un sitio que está anunciado por la agencia, primamos lo primero. Eso es en cuanto a los contenidos que vamos a emitir en el informativo. En cuanto al <i>Hoy por hoy</i> , también hacemos una puesta informativa, intentamos cada día empezar el magazine con un tema que sea propio y en la medida de lo posible, que también sea un tema que nosotros lancemos, por lo que a veces puede coincidir que el tema en el que estamos trabajando para el informativo y lo lanzamos también a través del <i>Hoy por hoy</i> . Hacemos el diseño de las cosas que vamos a tener al día siguiente y vamos planificando también en la mayoría de las veces días posteriores. La idea es que con los recursos que tenemos, intentar aprovecharlos al máximo y potenciar sobremanera las informaciones que podamos sacar nosotros.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA

FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA	¿Se realiza algún plan de formación inicial cuando los becarios se incorporan a la emisora?	Seminario		
		Taller		
		Curso		
		Otro	x	Durante mucho tiempo optamos por hacerles una entrada ligera. Poco a poco le íbamos enseñando los equipos, los poníamos a escribir prácticamente sin salir a la calle, pero hace algunos años optamos porque los estudiantes se incorporaran casi al barro de inmediato. Nosotros les enseñamos a utilizar los medios técnicos, pero los sacamos a la calle prácticamente desde el inicio porque queremos que sepan. Al principio no cubren informaciones de relevancia, pero entendemos que son alumnos que tienen mucha teoría y poca práctica, por ello no

			<p>queremos hacerles venir aquí y ponerles a hacer un tiempo de teoría.</p> <p>Lo que intentamos entonces es ir enseñándoles, pero con ellos de protagonistas, vamos a los sitios, le explicamos cómo hay que hacerlo y conseguimos un proceso de aprendizaje prácticamente sobre la marcha. Vamos dejando que ellos vayan haciendo cosas mientras que nosotros estamos encima. Salen desde el primer día a la calle, les mandamos a sitios que a lo mejor ni siquiera se van a sacar en antena, pero creemos que es la mejor manera para enseñarles. En antena a veces tardan más en salir, otras veces salen primero grabados, si al principio están muy verdes y no lo hacen bien, no los vamos sacando hasta que llevan un tiempo, pero optamos desde el principio porque lo que empiecen a hacer casi todo.</p>
¿Cree que terminan los estudios de Ciencias de la Comunicación en Málaga, lo suficientemente formados como para trabajar en una emisora comercial?	<p>Para trabajar en una emisora de radio o en un medio de comunicación los alumnos tienen un grave problema práctico. Tienen conocimiento pero tienen escasa formación práctica. Siempre que vienen aquí los alumnos a hacer la beca, tienen la oportunidad de trabajar en un sitio en el que desde el minuto cero van a salir a la calle y se van a encontrar con que van a una rueda de prensa que dura una hora y media y yo les voy a pedir que me cuenten lo que se ha dicho en esa rueda de prensa en un minuto con una grabación y ese es el primer problema que tienen los alumnos. Eso no es fácil y se tiene que aprender.</p> <p>Por otro lado, están poco leídos, me llama mucho la atención que sean poco lectores de prensa los estudiantes de periodismo. También son poco lectores de prensa comparada, un estudiante de periodismo debe intentar todos los días leer varios periódicos porque se lleva un análisis muy perfecto de cómo una noticia es tratada tan distinta mente en cada medio de comunicación y esas cosas un periodista tiene que saberlas. Ese es el contra, a favor tienen otras cosas, casi todos los periodistas ahora mismo son multidisciplinares y también polivalentes. Se trata de una generación de gente formada estupendamente bien en todo lo que tiene que ver con digital. Como yo soy de los convencidos de que esto va por ahí, pues tienen una ventaja con los que estudiamos hace mucho tiempo.</p>		
A su juicio, ¿Los alumnos que realizan su beca en la radio obtienen una formación más completa que los que no lo hacen?	<p>No tengo duda, pero no en la radio sino en cualquier sitio que lo hagan. Están tres meses trabajando en una emisora con profesionales que llevan mucho tiempo, saliendo a la calle y viendo cómo se hacen las cosas, por supuesto. En cualquier medio de comunicación una de las primeras cosas que se va a mirar a la hora de hacer su selección es si ha hecho prácticas anteriormente en otros sitios.</p>		
¿Saben los becarios desenvolverse en la emisora? ¿Saben ejecutar las tareas que se les asignan?	<p>Hay de todo. Yo siempre les digo que es una facultad de Periodismo que lanza 300 alumnos cada año con la posibilidad de hacer las prácticas en una emisora como la SER, o en un periódico como el Diario Sur, la tienen 3 ó 5 personas en el caso de la SER, 10 personas en el caso del Diario Sur, es una oportunidad única y tienen dos opciones: hacerlo muy bien y ganarse esa oportunidad o hacerlo muy mal de manera que no tendrán otra. Hay gente que llega muy consciente sabiendo que tiene una oportunidad enorme y la aprovecha, y hay otras personas que igual es consciente de que tiene una buena oportunidad pero que no la aprovecha tan bien. En líneas generales, yo creo que un chico que viene hacer prácticas en la emisora de máxima audiencia de España y tecnológicamente más</p>		

		avanzada, con toda la tecnología que se va a encontrar en un futuro para trabajar, y con un equipo de gente con una media de edad de trabajo de 10 a 12 años de periodistas, es una oportunidad que saben aprovechar.	
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una x		Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
		Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x	Otros ¿Cuáles? Necesitan sobre todo redacción y locución, los estudiantes de ahora controlan la técnica muy rápido.	
¿Cree que el paso por la estación les ayuda a solucionar esas carencias?	Sí, sin duda.		
¿Se evalúa la participación de alumnos de C. Comunicación?	Sí	¿Cómo?	
	No	Nosotros no, salvo en el caso de las becas de FP. En ese caso llegan como técnicos de audiovisuales, a ellos sí los evaluamos nosotros y los tutores de ellos. La evaluación se basa en la entrevista entre los tutores asignados: el nuestro y el del instituto.	
¿Se reconoce de alguna forma la participación de alumnos de C. Comunicación?	Créditos ECTS	x	
	Certificado	x	
	Nota numérica		
	No.		

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA			
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA			
ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA	Tipo de emisión local. Marcar con una x	<p>Ondas FM</p> <p>¿Dial?</p> <p>¿Segunda frecuencia?</p>	<p>¿Directo o diferido?</p> <p>Primera frecuencia: 100.4 FM</p> <p>Segunda frecuencia: 102.4 FM</p> <p>Todo directo, en la segunda frecuencia se emite lo mismo que en la primera, pero los acontecimientos importantes de la ciudad se emiten por la segunda frecuencia. Ejemplo: partidos del Málaga, Semana Santa, Carnavales, etc. Siempre procurando no competir con lo que se emite en la primera frecuencia.</p>
		On line	<p>¿Emisión en directo o diferido?</p> <p>Se emite lo mismo que por la 100.4 FM. Pero alternamos el contenido cuando se da el caso de que por algún tipo de acontecimiento no podemos emitir algo por la otra frecuencia. A veces usamos para ello el <i>streaming</i>.</p>
		Podcast	<p>Sí, en la propia web.</p> <p>Intentamos además en la web, que las informaciones aparezcan también los sonidos, es decir, el contenido de la entrevista.</p>
	Horario de emisión local. Marcar con una x	24 horas al día	
X horas al día			<p>¿Cuántas?</p> <p>Ahora tenemos dos informativos por la mañana que son las desconexiones locales, después el <i>Hoy por hoy</i> que se emite de 12:20 a 14:00, el <i>Ser deportivos</i> local que es de 15.00 a 16:00 y un nuevo informativo a las 20:50. Luego todos los informativos regionales y nacionales contienen una enorme participación de Málaga y hay programas regionales que se hacen desde Málaga como <i>SER Viajeros</i>. Los informativos de fin de semana para Andalucía</p>

		se hacen desde Sevilla y Málaga. Redondeando saldrían unas 4 horas diarias de programación.
Si transmite en FM: ¿Qué equipo de transmisión utiliza y con qué potencia y alcance?		Los equipos de transmisión los lleva una empresa a parte.
¿La emisora tiene página web local?		http://cadenaser.com/emisora/ser_malaga
¿Recurren a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? ¿Cuál? Ejemplo Joomla!, WordPress, etc.		Propio de PRISA: <i>SER Editores</i> , se comparte con El País.
Si emite vía web: ¿Cuál es el servidor? Ejemplo: ICE CAST, Soud Cloud o propio		Propio de PRISA
¿La emisora posee una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?		Sí, al descargarla permite seleccionar provincia.
¿Posee la emisora <i>software</i> de gestión de continuidad? Ejemplo: Zara Radio, GDS, XFrame, Dalet, etc.		Sí, Dalet.
¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de la emisora?		Windows
¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y dedición? Ejemplo: Audacity, Sound Forge, Sony Vegas, Dalet, XFrame, etc.		Dalet.
¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?		12
¿Cuántos estudios hay en la emisora?		8
¿Cuántas salas o cabinas de edición y locución hay? ¿Son los mismos estudios de la pregunta anterior?		7
¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?		Todos
¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?		Cada redactor tiene la suya propia, para becarios tenemos unas 4.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA			
5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA			
PROGRAMACIÓN	¿Cuál es el modelo de radio de esta estación?	Generalista	x
		Especializada	
	¿Qué modelo de programación se utiliza en local?	Bloques sí, el <i>Hoy por hoy</i> es un programa contenedor. (Único programa con diferentes bloques temáticos)	
	Mosaico (Diferentes programas uno tras otro)		
	¿Se contempla la divulgación científica de la universidad como contenido habitual?	Sí, tenemos un programa específico que se llama <i>UMA Investigación</i> , es semanal y dura 10-15 minutos, depende del tema que tengamos.	

	¿Qué número de programas hay actualmente en antena local? ¿Me podría facilitar la parrilla?	Hay 4 fijos, pero ten en cuenta que el <i>Hoy por hoy</i> es un programa contenedor.
	¿Cómo gestionáis el tema de los derechos de autor de la música? ¿Pagáis a SGAE, a AGEDI? ¿Cuánto?	Se paga a nivel nacional. De vez en cuando viene un representante de la SGAE a medirnos, intentamos ajustarnos a los usos normales de la música comercial, aunque tenemos disponible nuestra propia librería musical. Debemos estar en los parámetros normales porque no hemos tenido ningún problema con eso.
	¿Usan alguna herramienta para conocer la audiencia y sus gustos para a la elaboración de la programación? Sondeo, encuestas...	Se observa a nivel nacional, todas esas iniciativas se hacen a nivel nacional, la emisora a nivel nacional está haciendo siempre cualitativos y cuantitativos, cada cambio en la programación se observa en las reacciones de la audiencia con encuestas.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA		
6.AUDIENCIA		
AUDIENCIA	Aproximadamente ¿Qué audiencia media tiene la emisora en Málaga? ¿Qué instrumentos usan para averiguarlo? Ejemplo Estudio de Medios, Google Analytics, etc.	Audiencia media, en torno a los 120.000-130.000 oyentes en la provincia, ya que tenemos 4 emisoras más de la SER en Málaga. Hay un departamento que se llama <i>PRISA Digital</i> que nos manda todos los meses los índices de audiencias de la web, noticias más comentadas de la web y listado de las noticias con más incidencia. En la web se observa la incidencia de determinadas noticias pero no a la hora en la que se escuchan. Cada mes es una sorpresa.
	Aproximadamente, ¿Qué repercusión tiene en las redes sociales? ¿Facebook, Twitter?	Facebook: El Facebook de <i>Hoy por hoy</i> tiene 3.269 me gusta. Twitter: el Twitter de la SER Málaga tiene 3.652 seguidores.
	Aproximadamente ¿Cuántas visitas a la web local y descargas se obtienen anualmente? ¿Datos de 2014?	Hay que tener en cuenta que tenemos página web local desde hace unos escasos 6 meses y que además ha cambiado en este tiempo. Nos sale una media de inicio de 96.206 páginas vistas, 76.875 visitas, y 72.693 usuarios únicos.
	¿Se llevan a cabo campañas para dar a conocer la emisora entre los jóvenes? Ejemplo: cartelería, correo, web, eventos, etc.	Estamos en ello, ahora lo que hacemos es campañas exclusivamente para ellos. Publicitamos una <i>app</i> para la semana santa, con ello buscamos esencialmente audiencia joven. Es la manera que tenemos de atraer oyentes jóvenes, a través de redes sociales y tecnología digital.
	¿Es importante el concepto de audiencia joven en esta estación?	Sí, la audiencia joven es a la que nosotros aspiramos. Intentamos atraer de las emisoras musicales oyentes a la SER. Si sumamos la audiencia de todas las emisoras de la SER en Málaga, contamos con unos 450.000-500.000 oyentes, tenemos ahí unos 300.000 oyentes a los que nos gustaría atraer.
	¿Cree que los jóvenes malagueños escuchan esta radio? ¿Si lo hacen, qué medio crees que utilizan: internet o FM?	Ahora nos encontramos ante un gran cambio del método para escuchar la radio, aquí en Málaga tradicionalmente se ha hecho por la FM, ahora se trata de que nos escuchen a través de su teléfono, los jóvenes llevan encima 24 horas su teléfono.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

7. CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y LIBRO DE ESTILO

CÓDIGO DEONTOLÓGICO	¿Disponen de código deontológico propio?	Sí, es un documento privado, tenemos una disposición de prácticas y un listado que contempla más o menos los regalos que uno no debería aceptar, por ejemplo, y también tenemos un libro de estilo que se está elaborando.
	¿Hay algún tema que no se pueda tratar en antena?	No, no hay ningún tema no tratable. Hay que ser cuidadosos con ciertos temas como el suicidio. Es un tema que salvo ocasiones contadas, cuando la personalidad de la persona sea excepcional se trata, pero en general no.
	¿Existe una línea editorial definida?	La cadena tiene su propia línea editorial y los periodistas también tenemos nuestras propias opiniones, yo no tengo un listado de cuál es la línea editorial pero sé que es una emisora progresista en lo social, democrática, caben todos los contenidos y opiniones. No le tenemos ningún miedo a temas como el aborto o la Ley del divorcio, pero yo no tengo en cuenta nada de eso a la hora de tratar los temas, tratamos los temas importantes. Se tratan los temas abiertamente y caben todas las posibilidades.
LIBRO DE ESTILO	¿Disponen de libro de estilo? ¿Está actualizado?	Se está elaborando, tenemos un libro de estilo en fase preliminar que se mandó a todos los redactores de la Cadena SER para que incorporaran lo que faltara o lo que creen que debería incluirse.
	¿Existen normas de funcionamiento interno? ¿Decálogo de normas de comportamiento para alumnos?	No. Nosotros cuando llegan los becarios le hacemos una advertencia. Cuando un becario llega a hacer las prácticas a la Cadena SER, a partir del momento en el que sale a la calle con el micrófono amarillo que pone Cadena SER está representando a una emisora. Como cualquier redactor que trabaja para una empresa, deja de ser una persona en un acto para convertirse en un trabajador, y debe mantener los mínimos de educación y decoro porque va con un micro de la Cadena SER, por lo que la está representando. Eso que parece una obviedad a mí me gusta repetirlo. También les indico que actúen como buenos periodistas, que hagan todas las preguntas del mundo de manera educada.

CUESTIONARIO DIRECTOR DE CONTENIDOS CADENA COMERCIAL DE PRESTIGIO EN MÁLAGA

8 .OPINIÓN PERSONAL

¿Cree necesaria la creación de una emisora universitaria de radio en Málaga?	<p>Yo lo que creo necesario es que los alumnos de la facultad puedan tener la posibilidad de hacer prácticas en los sitios donde luego puedan trabajar, y si la mejor manera es teniendo una radio universitaria, estupendo.</p> <p>Creo además que las radios universitarias no deberían ser unas radios para competir con las radios que ya existen, deberían servir para que los alumnos tuvieran un contacto muy directo con la realización técnica de la radio y para que experimentaran. De la radio universitaria tienen que salir propuestas distintas a lo que se está haciendo, porque lo que se está haciendo ya hay un montón de gente que lo hace muy bien, con lo que debería ser una radio experimental donde se apostara por cosas nuevas y donde se lograran cosas que los demás todavía no hemos conseguido.</p> <p>Los jóvenes además conocen las redes sociales como nadie, se podría conjuntar todo. Si me preguntan si sería útil una radio universitaria, para ser una radio de música te dijo que no, si me dices que sería útil para hacer informaciones locales, pues te digo que tampoco, una radio para hacer una radio para la propia universidad y para los estudiantes pues tampoco.</p>
--	---

OPINIÓN PERSONAL		Yo aconsejaría que se formen experimenten sean originales hagan cosas nuevas
	¿Qué características debería poseer en su opinión una radio universitaria? ¿Cuáles deberían ser los pilares sobre los que se sustente?	La formación y lo que sería el I+D, la investigación y el desarrollo, debería ser una radio informativa y una radio para innovar. Por ejemplo no hay ningún departamento en una facultad de medicina para inventar la penicilina puesto que eso ya está inventado se trata de investigar cosas nuevas.
	¿Se valoraría positivamente a la hora de nuevas contrataciones o becas el paso de un alumno por la radio universitaria?	Sí, tal y como valoramos la experiencia de la gente, si tiene experiencia en una radio universitaria y sabemos que esa radio está funcionando bien, porque hace cosas bien, claro que sí, el paso por ella no es nada si la radio no está bien y al revés.
	¿Cree que una emisora universitaria podría ser una amenaza para las emisoras comerciales locales, en el sentido de la segmentación de la audiencia o de competencia publicitaria en forma de patrocinios?	No, a mí no me preocuparía de ninguna manera esa competencia.
	¿Qué consejos daría para la creación de una emisora universitaria?	<p>Una emisora universitaria no tiene que tener ninguna de las preocupaciones para mantenerse que tiene una emisora comercial, no debería tenerla. No quiere decir que una emisora universitaria sea sólo para universitarios, pero tampoco debería importar demasiado la audiencia, se trataría de crear una emisora que sea potente para los que la hacen, que les sirva a los que la hacen, debería ser una radio para aprender, no tanto para que los escuchen los demás. Si después de todo lo que estamos hablando además la radio tiene audiencia pues mejor.</p> <p>En mi opinión debería ser una radio universitaria que fuera el escenario para que los estudiantes aprendan a hacer radio. También se podría hacer un periódico hecho por los estudiantes para aprender a escribir en él. Podría ser una emisora que perfectamente tuviera 10 horas de programación, que podría hacer cosas en colaboración incluso con otras universidades cuando en ella se realicen actividades interesantes, se trataría de hacer una radio distinta experimentando cosas nuevas.</p> <p>Yo haría cosas distintas. Por ejemplo en Estados Unidos el último pelotazo grande en la radio ha sido a una especie de docudrama, contando la historia secuenciada de un asesinato, pero de forma muy original contado y utilizando las nuevas tecnologías.</p> <p>Otra opción sería implementar nuevas formas de participar en la radio para los oyentes, quizá se puede hacer primero el programa en Twitter antes que la propia radio, es decir plantear un tema, llevarlo a las redes sociales y desde las redes sociales sacarlo en el programa de radio habiendo realizado grabaciones de voz después de haber tenido una semana de debates por ejemplo en las redes.</p> <p>Interactuar en la radio no se debe limitar a que tú estés escuchando un programa, se coloque un <i>hashtag</i> y tú hagas un comentario en Twitter, ese no es el lenguaje de la gente, a lo mejor una idea sería cómo trasladar el WhatsApp a la radio. Si las redes sociales nos brindan la posibilidad de hablar al instante con personas que están al otro lado del mundo, ¿por qué nos limitamos a hacer una radio de contenidos locales? Otra idea sería hacer reportajes hechos exclusivamente con sonidos y con apenas voz, hacer cosas originales.</p> <p>En definitiva una radio digital distinta, no debería tener límites locales, debería tener cabida distintos temas, programas e idiomas.</p>

ANEXO 6: Cuestionarios/entrevistas a profesionales de la radio malagueña con vinculación académica como estudiantes de Ciencias de la Comunicación en la UMA.

Entrevista a Eduardo Martín Profesional de la Cadena SER Málaga y estudiante de Periodismo en la UMA.

CUESTIONARIO A EDUARDO MARTÍN PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO ESTUDIANTE DE PERIODISMO EN LA UMA.		
1.PERFIL		
	PREGUNTAS	RESPUESTAS
PERFIL PERSONAL DE ALUMNO	Nombre, cargo y antigüedad en el puesto.	Eduardo Martín Osorio, Director de emisoras musicales del Grupo Prisa en Málaga. Me ocupo de toda la organización producción y realización emisoras de música que son 40 Principales, Cadena Dial, M80 Radio y Máxima FM. Aparte soy el responsable de todos los eventos externos y dirijo también el programa <i>Ser Cofrade</i> que es de Semana Santa. Entré en el año 1987. Son 28 años ya en la empresa
	¿En qué curso del Grado en Periodismo te encuentras?	Estoy en 4º de Periodismo por supuesto Plan Bolonia
	¿Escuchas la radio habitualmente?	Sí X No
	¿Qué emisora escuchas?	Ahora mismo sobre todo escucho 40 Principales y Cadena SER, me gusta escuchar bastante la competencia por eso escucho Europa FM, Onda Cero, COPE, Rock and Gol y últimamente escucho radio 4G, por la novedad. Quiero ver que se está haciendo, si es más de lo mismo. También escaneo habitualmente a los locutores por si alguna vez tenemos necesidad, aunque locales ya cada vez menos.
	¿A qué hora escuchas la radio normalmente?	Pues yo como casi todo el mundo, por la mañana temprano, en el viaje, luego en mi despacho lo tengo permanentemente. Algunos días sí que tengo más necesidad de escuchar la SER pero habitualmente sobre todo 40 Principales, que es la emisora que tenemos ahora mismo en emisión local por lo que tengo que controlarla más.
	Aproximadamente, ¿Cuánto tiempo al día escuchas la radio?	Mínimo 3 ó 4 horas al día.
	¿Qué medio utilizas para ello, FM o internet?	más FM
	¿Utilizas las redes sociales para estar al tanto de los contenidos de tus emisoras preferidas?	Las uso para estar al día de todo pero no específicamente para escuchar la radio de contenidos de las emisoras.

**CUESTIONARIO A EDUARDO MARTÍN PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON
VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO ESTUDIANTE DE PERIODISMO EN LA UMA.**

2. GRADO DE IMPLICACIÓN

GRADO DE IMPLICACIÓN COMO ALUMNO	¿Crees necesaria la creación de una emisora universitaria en Málaga?	<p>Si ¿Por qué? Absolutamente sí. Es formación. Estamos hablando de un turno de mañana y tarde, serían unas 100 personas estudiando cada año y si multiplicamos por los dos últimos cursos, que es en los que se pueden hacer prácticas, son unas 200 personas. Yo no creo que haya espacio en las privadas locales para hacer prácticas tantas personas.</p> <p>Yo creo absolutamente necesario, y sobre todo, dos meses o tres meses de prácticas no creo que forme de ninguna de las maneras a un periodista en las prácticas que hacen fuera de la facultad, y es más, dependiendo dónde le toque hacer las prácticas, unos alumnos estarán mejor formados y otros peor, por lo tanto el porcentaje de gente que sale formada es mínimo. Yo pondría, yo lo haría obligatorio, yo haría algún tipo de créditos que fueran obligatorios para formar a la gente desde primero en lo que le gusta, unos escribirán, a otros les gusta la tele, a otros les gusta la radio, pero yo lo pondría como una actividad obligatoria en la carrera que quien no la supere no pueda ser periodista.</p>
		No. ¿Por qué?
	¿La escucharías?	<p>Hombre pues no lo sé supongo que sí. Ahora que estoy metido en la familia universitaria me imagino que sí, sobre todo por curiosidad. Supongo que por ver también a los estudiantes, cómo son, qué nivel tienen, si hay alguien interesante, claro.</p>
		No
	¿Crees que los jóvenes malagueños escucharían esta radio si existiera? ¿Cómo crees que lo harían por FM o internet?	<p>Yo creo que la escucharían si la radio fuera una radio competitiva para con las emisoras comerciales. Si lo que vamos a crear es una radio para hablar de lo bien que lo hace el equipo directivo universitario, o lo bien que lo hace la universidad, y no se va a poder meter en otros temas, o si no metemos una programación acorde a la gente joven porque parece que el que haga radiofórmula, que ponga música, parece que prostituye el producto, si lo que hacemos es una radio política, probablemente nadie la escuche.</p> <p>Si hacemos una radio, yo para esto siempre me gusta mirar cómo lo harían los americanos. Los americanos tendrían una radio súper mega loca, sin ningún tipo de censura, dentro de unos límites amplios, haría una radio en la que no se diría a nada que no, por ejemplo tendría que haber un programa tipo <i>La Taberna Global</i> esta, que a lo mejor estuviera todo el día sacando los fallos a las cosas mejorables de la universidad. Yo haría una radio totalmente libre y el único requisito para hacer esta radio sería presentar un proyecto y pasar por algún filtro dónde se exija un mínimo de calidad o de coherencia a la hora de hacer un programa. Pero haría una radio libre, donde la gente pueda presentar la música que quiera, poner la música que quiera, yo creo que eso tendría éxito seguro. Ahora, si hacemos una radio institucional corporativa, entonces será como lo que hubo.</p>
	¿Cómo estudiante de C.C. te gustaría participar en una radio universitaria en tu facultad?	<p>Sí. ¿Por qué? Claro, me gustaría participar de alguna forma si me dieran responsabilidad en alguna parcela. Si yo pudiera dirigir o aplicar mis conocimientos de casi 30 años en la radio para poder ayudar en ese aspecto, sí me gustaría participar en esta radio, porque me gustaría formar a la gente desde esa plataforma y participar de esa manera.</p>
		No. ¿Por qué?

	Indica de a 1 a 5 qué grado de implicación tendrías con la emisora si existiera	Si el modelo de radio es el que a mí me gusta, para que fuera una radio universitaria libre, sin duda un 5 pero tendría que ser un modelo libre sin ningún tipo de censura ni control por ningún tipo de departamento.
--	---	--

<p align="center">QUESTIONARIO A EDUARDO MARTÍN PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO ESTUDIANTE DE PERIODISMO EN LA UMA.</p> <p align="center">3. FORMACIÓN</p>		
FORMACIÓN	¿Preferirías que las asignaturas de radio estuvieran vinculadas a la radio universitaria o preferirías que se otorgaran créditos por la participación voluntaria en ella?	<p>Sí. ¿Por qué? Yo ya he dicho que debería ser obligatoria. Si no puede ser obligatoria por lo menos que haya créditos para que la gente se anime a participar, pero yo creo que lo mismo que hay asignaturas donde nos meten en laboratorios y nos enseñan a escribir, debería haber una asignatura en la que nos metieran en un laboratorio audiovisual y nos enseñaran de verdad radio, a hacer radio en directo. No que hagamos talleres donde nosotros simulamos que estamos haciendo un informativo, sino hacer un informativo de verdad, con noticias de verdad, sin ningún tipo de censura, y con un editor que pudieran ser los mismos profesores y conductores de los informativos, donde los estudiantes se hagan cuenta de que están en el aire de verdad desde primero de carrera o desde segundo, pero por lo menos que se tire la gente 3 años haciendo este tipo de actividades. De esta forma creo que sí puede realmente salir una persona preparada para trabajar en cualquier medio. Como mínimo yo lo pondría obligatorio desde segundo hasta cuarto.</p>
		No. ¿Por qué?
	¿Crees que los alumnos de la titulación de Periodismo que cursan las asignaturas de radio están preparados para enfrentarse al trabajo diario en una emisora de radio profesional?	Por lo que les enseñan en la carrera creo sinceramente que no. Lo que pasa es que muchos se están buscando la vida y se buscan prácticas en la COPE, en la SER y se buscan sus prácticas, y bueno. En una semana te puedes poner al día en una radio o te pones al día o te vas de la desesperación.
	¿Crees que terminan los estudios de Ciencias de la Comunicación en Málaga lo suficientemente formados como para trabajar en una emisora comercial?	Hombre, teóricamente, en cuanto a teoría yo creo que sí pero también depende de los alumnos. Todavía hay gente en cuarto que se enfada porque le suspenden las asignaturas por tener faltas de ortografía. Mi perspectiva también es diferente a la de los alumnos de 20 años. En realidad no sabría decir quién tiene más la culpa, si el método o los alumnos (...). Entonces yo creo que hay un reparto de responsabilidad tanto docente como del alumno.
	Cuando llegan los becarios a esta emisora ¿Saben desenvolverse? ¿Saben ejecutar las tareas que se les asigna?	<p>Yo cuando entré en la radio al segundo o al tercer día me dijeron: coge una unidad móvil y vete a la feria. Aquí se hace lo mismo. Esa política de no tener miedo a que un chico que llegue de la facultad coja un micro y se vaya a la calle.</p> <p>En ese sentido, aquí ha habido muy poca gente que hayamos visto que no está preparada, muy poca gente.</p>

		<p>Tengo que decir que de las universidades privadas llegan peor, de la UMA me parece que vienen un poquito más preparados, aunque también hacemos un programa de selección.</p> <p>Aquí se hace un <i>casting</i>, se va viendo quien no sabe ni tan siquiera el nombre del alcalde, evidentemente a ese no se le coge. Aquí cuando vienen a hacer prácticas se les hace una especie de examen de actualidad malagueña para ver cómo están en política, sociedad malagueña, así como en todo lo que rodea el mundo de la noticia y de la actualidad. Al que se ve que es que no sabe cómo se llama el líder de la oposición pues difícilmente va a entrar aquí. Aquí los que entran es porque primero, se le ha hecho un test de lectura, se ve que tienen buena voz, que se desenvuelven bien leyendo, se les ha hecho un test de actualidad que han superado, entonces por eso te digo que aquí lleva todo el mundo con un nivel, porque de hecho así lo seleccionamos.</p>								
	¿Qué carencias observas en los alumnos de tu titulación a la hora de realizar prácticas de radio?	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td>Falta de conocimientos teóricos (Procesos de producción, géneros, programación)</td> </tr> <tr> <td>x</td> <td>Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción)</td> </tr> <tr> <td>x</td> <td>Falta de conocimientos técnicos (<i>Software</i> específico, autocontrol)</td> </tr> <tr> <td>x</td> <td>Otros</td> </tr> </table>	x	Falta de conocimientos teóricos (Procesos de producción, géneros, programación)	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción)	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>Software</i> específico, autocontrol)	x	Otros
x	Falta de conocimientos teóricos (Procesos de producción, géneros, programación)									
x	Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción)									
x	Falta de conocimientos técnicos (<i>Software</i> específico, autocontrol)									
x	Otros									
	¿Crees que el paso por una estación de radio a través de una beca les ayuda a solucionar estas carencias?	<p>Claro que sí. Aunque opino que en tres meses que dura una beca a leer no se aprende. Se aprende a desenvolverse, a ver cómo funciona el medio, a redactar para el informativo y al leer más mal que bien, pero con la formación adecuada. Yo te diría que no da tiempo a aprender a hacer nada con este Plan. Yo que he sufrido el Plan Bolonia, no sé si es porque ha sido la primera promoción y los ha pillado a todos un poco, pero es muy mejorable el Plan Bolonia en cuanto a las prácticas, porque entre que España es un país que no es como en Europa, que aquí hay muchas vacaciones, Semana Santa, Navidad, eso no existe de esa manera en ningún país europeo, por lo cual los tiempos son mínimos (...).</p>								

CUESTIONARIO A EDUARDO MARTÍN PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO ESTUDIANTE DE PERIODISMO EN LA UMA.

4. PROGRAMACIÓN

PROGRAMACIÓN	<p>¿Qué tipo de programas te gustaría escuchar en una radio universitaria en Málaga? ¿Qué tipo de contenidos te gustaría encontrar en dichos programas? Información, entretenimiento, cultural, deporte, musical, concursos, dramático o ficción...</p>	<p>Yo creo que la radio universitaria tiene que ser una radio de servicios para los jóvenes. Digamos para la gran familia universitaria, joven y docente, quiero entender que la persona que trabaja en una universidad como docente, es una persona con espíritu joven. La universidad es un sitio abierto donde a veces ocurre que el alumno sabe más que el profesor, eso ocurre por la formación, por la existencia de internet, y por todas las posibilidades a las que tiene acceso el alumno, entendiendo que la facultad es un sitio de intercambio de sabiduría o de aprendizaje, de formación.</p> <p>Yo haría una radio destinada a la comunidad universitaria que en el 90% sea joven, hecha por jóvenes y para jóvenes, información pura y dura académica, pero para que los propios alumnos pudieran aportar su experiencia siendo críticos.</p>
---------------------	---	--

	<p>También musical porque la gente joven y la música está muy apegada, entonces yo la haría musical, informativa, donde el periodista empiece a formarse como periodista, empiece a recibir las noticias que le deben interesar, noticias de actualidad malagueña, informativa, deporte, sociedad, cultura, conciertos, exposiciones, y una radio también experimental.</p> <p>Experimentaría mucho. Si de la facultad no salen nuevas propuestas se haría una programación de radio como las de hace 40 años, por la mañana informativo, a mediodía magazine, a la hora de comer deportes, por la tarde otro magazine, y por la noche noticias. Llevamos así 40 años, ha llegado la hora de cambiar la radio. Hay que hacer otras cosas y sobre todo me gustaría que esa radio fuera experimental sobre todo en el formato digital que creo que es el futuro.</p>
<p>¿Hay algún tipo de contenido que te gustaría escuchar en tu emisora habitual y que no tiene cabida en ella?</p>	<p>Humor inteligente. Hay algunas cosas en <i>La Ventana</i> por la tarde de la SER, hay muy buenas <i>Los Especialistas Secundarios</i>, la gente de <i>Todo por la radio</i> que hace un humor súper inteligente, y súper bien hecho. Hace falta mucho más de eso y menos gente que opina de todo como tertulianos. En definitiva más humor, más radio local.</p>
<p>¿Qué características debería tener en tu opinión una radio universitaria? ¿Cuáles deberían ser los pilares sobre los que se sustente?</p>	<p>Debería ser una de cultura en todos los sentidos, desde un prisma muy joven y muy moderno, una radio cultural experimental, informativa, y sobre todo con absoluta y total objetividad, para que a la primera de cambio que se viera un intento de manipulación política o de cualquier forma, eliminar ese programa de manera fulminante. Si están todos los profesores desde primero hablándonos de la objetividad y hay tantos teóricos sobre lo que es la verdad absoluta o que no existe o si existe, desde luego esa radio debería hacer caso muchísimo a la verdad absoluta. Sobre todo eso, cultura experimentos, experimentación, información y objetividad.</p>
<p>Como profesional de la radio, ¿Crees que la existencia de una emisora universitaria en Málaga supondría una amenaza para las emisoras comerciales en materia de publicidad-patrocinos o de audiencia?</p>	<p>Yo jamás introduciría publicidad en una radio universitaria porque entonces una de las cosas que se está denunciando desde la docencia en muchas de las asignaturas de la facultad es que la publicidad es la gran amenaza a la verdad ya la objetividad. La radio debe tener un presupuesto independiente que debe estar soportado por el Presupuesto General de la Universidad de Málaga lo de la facultad, depende si la radio va a ser para la facultad o va a ser para toda la universidad, en ese caso yo creo que ya empezáramos con los problemas de siempre.</p> <p>La radio, creo yo, que debe ser de la facultad y para la facultad y bueno para que la quiera escuchar. Yo no creo que fuera una amenaza para las emisoras comerciales porque yo no permitiría la entrada de dinero de publicidad en este tipo de estaciones. Permitiría la entrada de publicidad del tipo mecenazgo, y la entrada de dinero sólo cuando los productores de un programa del que los alumnos hayan creado una idea, ellos mismos busquen dinero fuera para financiar su programa, para tener más medios, entonces sí.</p> <p>Si se crea una emisora universitaria, que por la calidad que tenga y lo bien que trabaje, se coma el mercado publicitario, que se pongan las pilas los demás</p> <p>Yo haría una radio para la comunidad universitaria, para gente sobre todo entre los 18 y los 25 años o 18-30 quizá por ampliar un poco. Sería una radio dirigida a gente que tiene inquietudes periodísticas y de comunicación, o sea, que en realidad tiene que ser una radio sería en cuanto al planteamiento de su trabajo y responsable.</p>

Entrevista a Oscar Santiago Ramírez de Aguilera, trabajador de la cadena SER y egresado del Grado en Comunicación Audiovisual por la UMA.

CUESTIONARIO A OSCAR S. RAMÍREZ PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO EGRESADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA UMA			
1. PERFIL			
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
PERFIL PERSONAL DE ALUMNO	Nombre, cargo y antigüedad en el puesto	Oscar Santiago Ramírez de Aguilera Ponce, Delegado de emisora Radiolé Málaga.	
	¿En qué curso del Grado te encuentras?	He terminado Comunicación Audiovisual con el Plan Bolonia.	
	¿Escuchas la radio habitualmente?	Sí	
		No	X
	¿Qué emisora escuchas?	Normalmente suelo escuchar la competencia para controlar un poco, generalmente Onda Cero y las emisoras musicales de Onda Cero también y la COPE. Onda Cero y COPE sobre todo.	
	¿A qué hora escuchas la radio normalmente?	En horario fuera de trabajo, por la mañana bien temprano suelo escuchar la radio y por la noche de vuelta a casa. En desplazamientos.	
	Aproximadamente, ¿Cuánto tiempo al día escuchas la radio?	Un par de horas como mucho al día.	
	¿Qué medio utilizas para ello, FM o internet?	Las ondas convencionales. No escucho la radio por el móvil.	
¿Utilizas las redes sociales para estar al tanto de los contenidos de tus emisoras preferidas?	No, soy enemigo de las redes sociales, no me gustan esos patios de vecinas.		

CUESTIONARIO A OSCAR S. RAMÍREZ PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO EGRESADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA UMA.		
2. GRADO DE IMPLICACIÓN		
GRADO DE IMPLICACIÓN COMO ALUMNO	¿Crees necesaria la creación de una emisora universitaria en Málaga?	Si ¿Por qué? Sería necesario no, sería imprescindible, porque entiendo que la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga tiene una deuda muy pendiente con el medio radiofónico (...), donde en una carrera de 4 años solamente yo he estudiado una asignatura referente al medio radiofónico que es "Formatos Radiofónicos", impartida por un buen profesional por supuesto, por ello entiendo que no tienen en cuenta el medio radiofónico. No. ¿Por qué?
	¿La escucharías?	Sí, claro, por supuesto.
		No
¿Crees que los jóvenes malagueños escucharían esta radio si existiera? ¿Cómo crees que lo harían por FM o internet?	Yo creo que dependería de los contenidos de la emisora, como todas, pero me imagino que la comunidad universitaria sí que estaría pendiente de las voces de los propios universitarios que trabajen en la radio universitaria. Para el consumo de radio yo creo que tirarían de internet, yo diría que en el 99,9% de los casos.	

	¿Cómo egresado de C.C. te hubiera gustado participar en una radio universitaria en tu facultad?	<p>Sí. ¿Por qué? Sí, me hubiese gustado claro. Sería una nueva forma de hacer radio, yo llevo ya 25 años en el Grupo Prisa y sinceramente, pues uno se vicia con su rutina de trabajo, sobre todo cuando es en la misma empresa. Trabajar con gente joven que no tiene conocimiento total del medio también te puede abrir la mente y crear nuevas expectativas de lo que es la radio. Digamos que los que ya llevamos unos cuantos años y estamos estancados, por decirlo de alguna manera, nos vendría bien un poquito de aire fresco.</p>
		No. ¿Por qué?
	Indica de a 1 a 5 qué grado de implicación tendrías con la emisora si existiera.	Hombre dependería sobre todo de la disponibilidad por tema de trabajo, pero si tuviese disponibilidad, yo con un 3 o 4 seguramente sí que participaría.

CUESTIONARIO A OSCAR S. RAMÍREZ PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO EGRESADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA UMA

3. FORMACIÓN

FORMACIÓN	¿Preferirías que las asignaturas de radio estuvieran vinculadas a la radio universitaria o preferirías que se otorgaran créditos por la participación voluntaria en ella?	<p>Sí. ¿Por qué? Yo creo que tú lo sabes bien porque también conoces el medio radiofónico, yo te digo que la adrenalina del directo es importante para que los alumnos se familiaricen y para que sepan desenvolverse en el medio radiofónico.</p> <p>Hacer unas prácticas en un estudio grabándolo, sinceramente a mí me da que eso no sirve absolutamente de nada. Cuando tú estás en un directo y estás de cara a una audiencia te sale todo lo que llevas dentro y entiendo que esas prácticas tendrían que ser obligatorias y con emisión en directo. No debería tratarse como un taller práctico. Deberían ser unas prácticas vinculadas a la docencia sobre todo en la universidad creo que lo que se pretende entre otras cosas es que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación conozcan todos los medios. También es verdad que con las nuevas tecnologías, con el nuevo consumo de los medios, la gente joven tira del audiovisual, por lo que la radio está quedando totalmente de lado, yo lo veo de cara a la gente joven y por mi propia experiencia con los propios alumnos.</p> <p>Pienso que la radio es la gran desconocida. No consumen radio ni se interesan por la radio, no nos olvidemos de que el origen de la televisión ha estado en la radio. Pienso que sería importante que los chavales, no que se familiarizaran, sino que llegaran a conocer en sí lo que es la radio, ahí es donde está la base de la comunicación en periodismo creo yo, a parte de la prensa escrita lógicamente. Pienso que sería un buen comienzo para todos y aquel que después quisiera dedicar todo su esfuerzo al audiovisual debería empezar por la radio.</p>
		No. ¿Por qué?
	¿Crees que los alumnos de la titulación de Periodismo que cursan las asignaturas de radio están preparados para enfrentarse al trabajo diario en una emisora de radio profesional?	Para nada.
	¿Crees que terminan los estudios de Ciencias de la Comunicación en Málaga lo suficientemente formados como para trabajar en una emisora comercial?	No, para nada.

	<p>Quando llegan los becarios a esta emisora ¿Saben desenvolverse? ¿Saben ejecutar las tareas que se les asigna?</p>	<p>Los becarios, yo veo que con el paso de los años precisamente lo que tienen es menos sangre, yo creo que todo radica en lo mismo, digamos que de mi experiencia en esta facultad he visto mucha teoría, muchos teóricos, mucho libro, y prácticas pocas. No sé si por falta de medios, no sé si por falta de ganas, sinceramente, no lo sé y tampoco lo quise preguntar, como decía la canción.</p>								
	<p>¿Qué carencias observas en los alumnos de tu titulación a la hora de realizar prácticas de radio?</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="724 409 762 465">x</td> <td data-bbox="762 409 1362 465">Falta de conocimientos teóricos (Procesos de producción, géneros, programación)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="724 465 762 499">x</td> <td data-bbox="762 465 1362 499">Falta de conocimientos prácticos (Locución , redacción)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="724 499 762 555">x</td> <td data-bbox="762 499 1362 555">Falta de conocimientos técnicos (<i>Software</i> específico, autocontrol)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="724 555 762 1122">x</td> <td data-bbox="762 555 1362 1122"> <p>Otros.</p> <p>Pues mira yo lo que entiendo es que cada emisora de radio es un mundo, cada emisora de radio tiene una forma de trabajar totalmente distinta, al margen de lo que es la agenda de los medios y de cómo se establece el trabajo, las ruedas de prensa, ahí no voy a entrar. Pero lo que es desenvolverse en el día a día de una radio es totalmente distinto en la SER, en la COPE, y en Onda Cero.</p> <p>Yo sinceramente pienso que la teoría sirve para ampliar conocimientos, y eso está bien, pero yo creo que a la hora de ponerlo en práctica en la radio, la teoría sirve de poco. Los chavales, el problema que tienen cuando llegan a la radio, algunos se desenvuelven bien con el <i>software</i>, algunos se desenvuelven bien con la parte técnica, porque tenían ya conocimiento de otros módulos de realización radiofónica por ejemplo, pero no puedo decir que haya un perfil concreto. Cada estudiante es un mundo. Depende de la persona, de las ganas, del interés, son muchos factores los que influyen y a parte que la mayoría que llega no conoce el medio radio, y sinceramente les falta todo y un poco de sangre también.</p> </td> </tr> </table>	x	Falta de conocimientos teóricos (Procesos de producción, géneros, programación)	x	Falta de conocimientos prácticos (Locución , redacción)	x	Falta de conocimientos técnicos (<i>Software</i> específico, autocontrol)	x	<p>Otros.</p> <p>Pues mira yo lo que entiendo es que cada emisora de radio es un mundo, cada emisora de radio tiene una forma de trabajar totalmente distinta, al margen de lo que es la agenda de los medios y de cómo se establece el trabajo, las ruedas de prensa, ahí no voy a entrar. Pero lo que es desenvolverse en el día a día de una radio es totalmente distinto en la SER, en la COPE, y en Onda Cero.</p> <p>Yo sinceramente pienso que la teoría sirve para ampliar conocimientos, y eso está bien, pero yo creo que a la hora de ponerlo en práctica en la radio, la teoría sirve de poco. Los chavales, el problema que tienen cuando llegan a la radio, algunos se desenvuelven bien con el <i>software</i>, algunos se desenvuelven bien con la parte técnica, porque tenían ya conocimiento de otros módulos de realización radiofónica por ejemplo, pero no puedo decir que haya un perfil concreto. Cada estudiante es un mundo. Depende de la persona, de las ganas, del interés, son muchos factores los que influyen y a parte que la mayoría que llega no conoce el medio radio, y sinceramente les falta todo y un poco de sangre también.</p>
x	Falta de conocimientos teóricos (Procesos de producción, géneros, programación)									
x	Falta de conocimientos prácticos (Locución , redacción)									
x	Falta de conocimientos técnicos (<i>Software</i> específico, autocontrol)									
x	<p>Otros.</p> <p>Pues mira yo lo que entiendo es que cada emisora de radio es un mundo, cada emisora de radio tiene una forma de trabajar totalmente distinta, al margen de lo que es la agenda de los medios y de cómo se establece el trabajo, las ruedas de prensa, ahí no voy a entrar. Pero lo que es desenvolverse en el día a día de una radio es totalmente distinto en la SER, en la COPE, y en Onda Cero.</p> <p>Yo sinceramente pienso que la teoría sirve para ampliar conocimientos, y eso está bien, pero yo creo que a la hora de ponerlo en práctica en la radio, la teoría sirve de poco. Los chavales, el problema que tienen cuando llegan a la radio, algunos se desenvuelven bien con el <i>software</i>, algunos se desenvuelven bien con la parte técnica, porque tenían ya conocimiento de otros módulos de realización radiofónica por ejemplo, pero no puedo decir que haya un perfil concreto. Cada estudiante es un mundo. Depende de la persona, de las ganas, del interés, son muchos factores los que influyen y a parte que la mayoría que llega no conoce el medio radio, y sinceramente les falta todo y un poco de sangre también.</p>									
	<p>¿Crees que el paso por una estación de radio a través de una beca les ayuda a solucionar estas carencias?</p>	<p>Sí, y más en la situación económica que estamos viviendo en la que las empresas con tantos despidos, con tanto expediente de regulación de empleo, se quedan bajo mínimos, y los becarios muchas veces solventan la situación. Es realmente preocupante, es por falta de personal y se tienen que poner las pilas. No es lo mismo hacer algo grabado que hacer algo en directo. Cuando se ve sólo porque no tiene a nadie al lado en quién puede apoyarse le sale lo que hace falta que salga, la sangre de la que te vengo hablando.</p>								

CUESTIONARIO A OSCAR S. RAMÍREZ PROFESIONAL DE LA CADENA SER EN MÁLAGA CON VINCULACIÓN ACADÉMICA COMO EGRESADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA UMA

4. PROGRAMACIÓN

PROGRAMACIÓN	<p>¿Qué tipo de programas te gustaría escuchar en una radio universitaria en Málaga? ¿Qué tipo de contenidos te gustaría encontrar en dichos programas? Información, entretenimiento, cultural, deporte, musical, concursos, dramático o ficción...</p>	<p>Todo. A mí me gusta la radio que tiene de todo, creo que debería ser una programación bien organizada, bien estructurada, pero que tuviera de todo. A mí las radios monotemáticas me aburren.</p>
---------------------	---	--

	<p>¿Hay algún tipo de contenido que te gustaría escuchar en tu emisora habitual y que no tiene cabida en ella?</p>	<p>Yo lo que veo es que más que faltar, sobra. Sobran las noticias del corazón, sobra el cotilleo, sobra hablar de <i>Gran Hermano</i>, todas las emisoras de radio, o al menos en las frecuencias musicales, todos los <i>morning</i>s de las mañanas radican en lo mismo, hablando de la tele, sinceramente la verdad es que hemos llegado un momento en que no hay creatividad, no hay espontaneidad, todo está vinculado al medio televisivo, y sinceramente todavía estoy esperando yo, que la televisión dedique un minuto al medio radiofónico. No digo con esto que como no nos dedican tiempo, nosotros no le dediquemos tiempo a ellos, pero es que estamos siempre detrás de la retroalimentación de los propios programas de la televisión por lo que estoy aburrido ya de eso.</p>
	<p>¿Qué características debería tener en tu opinión una radio universitaria? ¿Cuáles deberían ser los pilares sobre los que se sustente?</p>	<p>La libertad de expresión sobre todo, dentro del respeto, lógicamente, pero sobre todo libertad para dar creatividad absoluta a la programación, que los integrantes del equipo no se sientan cohibidos o coaccionados, porque esto tiene que ser así, o así. Yo creo que el medio radiofónico lo bueno que tiene es que si tiene libertad puedes ser tú mismo y si eres tú mismo puedes transmitir y llegar a la gente, y eso después se nota.</p>
	<p>Como profesional de la radio, ¿Crees que la existencia de una emisora universitaria en Málaga supondría una amenaza para las emisoras comerciales en materia de publicidad-patrocinios o de audiencia?</p>	<p>Pienso que no, porque date cuenta de que estaría en un sector bastante reducido, me imagino que os limitaríais al Campus de Teatinos, una emisora on line no creo que en un momento dado, hombre, puede tener salidas comerciales por supuesto, pero la tarta es amplia no creo yo que afectara en gran medida al resto de emisoras a las emisoras comerciales.</p> <p>No creo, incluso date cuenta de que el perfil de audiencia de una emisora universitaria pues estaría muy bien dibujado, yo creo que inclusive sería bastante interesante a la hora de buscar patrocinios porque estaría muy focalizado, no sería como una emisora de radio que tiene un perfil de audiencia desde los veintitantos hasta los cincuenta y tantos años. No lo veo yo mal. De todas formas, no creo que la radio universitaria debiera sobrevivir a base de patrocinios porque eso sería sentenciarla muerte, pienso que el Rectorado debería dedicar una partida presupuestaria, y no estaría de más, lo mismo que se dedica a otros departamentos.</p>

ANEXO 7: Cuestionario/entrevista a Juan Carlos del Castillo, PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA encargado del área de radio.

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA				
1.FICHA TÉCNICA DE LA EMISORA				
	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
FICHA TÉCNICA	Nombre y cargo del entrevistado	Juan Carlos del Castillo Planes. PAS Técnico Especialista en Medios Audiovisuales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA encargado del área de radio. Trabaja en la UMA desde 1997.		
	¿Crees necesaria la creación de una emisora universitaria en Málaga?	Totalmente. Primero porque somos una Facultad de Comunicación, una facultad de comunicación que no tenga una emisora para mí no está completando al alumnado lo que necesita. Un alumno que quiera ser periodista, necesita sentir el hecho del directo, el nerviosismo de poder hacer un producto, que lo escuche la gente, no solamente hacer prácticas, principalmente por eso.		
	¿Cuál crees que debería ser la dependencia o gestión de una futura radio universitaria? Especificar	Asociación o consejo de estudiantes Universidad Pienso que la gestión por medio del alumnado es complicada, porque el alumno cuando está en primero o segundo se implica mucho con los demás, pero cuando empieza a estar cargado de trabajo y de exámenes esa implicación pasa a un segundo plano, por lo que se hace necesario que haya una gestión sólida por parte del profesorado primero, y después por parte del centro, por parte del Decanato que sea el impulsor real de esa necesidad.		
	¿Y la financiación? Especificar	Universidad Patrocinio Hoy en día no es necesaria financiación para hacer una radio universitaria. Si se quiere hacer desde el punto de vista voluntario, se puede hacer. Pero si se quiere gestionar de una manera más sólida la financiación podría ir perfectamente, una parte a cargo del Rectorado, y otra parte a cargo de patrocinadores. Otra		
	Responsabilidad social: ¿Crees que una emisora formativa debería colaborar con ONGs o Asociaciones sin ánimo de lucro?	No. Sí. Pienso que sí, que hoy en día tiene cabida cualquier persona en cualquier lugar, es decir, en todos los medios.		
	¿Qué tipo de cuñas se deberían introducir? Tipo de cuñas. Marcar con una X	Promos propias	x	Sobre todo cultural, social, de carácter universitario, y por último las que conlleven un afán de lucro, pero el último lugar. Yo creo que el patrocinio debería ocupar el lugar simplemente para la financiación, que conllevará un lucro. Yo creo que si en un momento dado se necesitara algo de financiación, porque este tipo de emisora fuese capaz de crear algún puesto de trabajo, lógicamente tendría que ir para que repercuta en ese puesto de trabajo.
		Patrocinio		
		Institucionales		
	Sociales	x		
¿Cuál debería ser la función predominante de la emisora? Ordenar por orden de importancia de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante	Institucional	5		
	Formativa	1		
	Informativa	4		
	Entretenimiento	3		
	Social	2		

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA

2.ORGANIZACIÓN DE LA EMISORA

<p>¿Cómo crees que debería estar coordinada la emisora, por PDI con descarga de docencia o por PAS específico de la radio? ¿O ambos?</p>	<p>Ambos. Ahora mismo no hay suficientes técnicos en esta facultad para cubrir necesidades de una emisora de mañana y tarde, por lo que además del trabajo que ahora tenemos si tuviéramos que cubrir el trabajo de una emisora, pues sería imposible. Nosotros tenemos que acoplar a las prácticas de los alumnos para poder cubrir todo lo que tenemos, y aun así se quedan cosas sin cubrir, en forma de horario libre en el que el alumno puede estar en el laboratorio.</p> <p>Yo creo que necesitaríamos 2 personas más como mínimo, en el caso del PAS.</p>
<p>¿Crees que los alumnos deberían participar como voluntarios, que deberían hacer prácticas obligatorias en la radio o que las asignaturas de radio estuvieran vinculadas a la radio universitaria?</p>	<p>Se trata de un tema complicado porque aquí interviene Ordenación Académica y Planes de Estudio. Lo que veo yo que funcionaría es que por norma cada profesor que imparta una asignatura de radio se implicara menos una hora o dos en el tema, con descarga de docencia lógicamente, eso sería ideal. Lo mismo que ellos tienen que cumplir una serie de horas dedicadas a tutoría, pues también podría haber un par de horas semanales, que tampoco es mucho pedir, para que ellos se implicaran un poquito en el tema organizativo y de organización de contenidos de la radio universitaria.</p> <p>Por otro lado también creo que debe ser un tema de voluntariado. Creo que debería ser un tema de obligado cumplimiento por parte del profesorado y también de prácticas del alumno. Lógicamente si tenemos los medios para que los alumnos realicen prácticas reales ¿Por qué tenemos que estar haciendo convenios con empresas? tan válida es una cosa como la otra, pero podríamos darle la opción al alumno de que elija entre irse a una emisora comercial o quedarse en esta. Es más, yo creo que es mejor para que pueda ser una realidad. Quizá sea mejor no ceñirse totalmente a un método para que pueda ser viable. Si tú impones que el alumno tenga que pasar por ahí, o que el profesor tenga que cumplir en la radio una serie de horas, no sería participativo, en cuanto a que el alumno no se lo tomaría con tantas ganas, necesitamos que haya voluntarios porque los voluntarios normalmente son los que ponen las ganas. Por un lado necesitamos que haya obligatoriedad para que el profesorado se implique, y necesitamos que haya prácticas para que el alumnado vea sentido en el trabajo que está haciendo.</p>
<p>¿Cuál crees que podría ser el organigrama de una futura Radio UMA?</p>	<p>En los veinte años que yo llevo aquí ha habido varios intentos. Yo entré aquí en el año 1.997 y llegué a presentar varios presupuestos de empresas, de Madrid la mayoría, para crear aquí una emisora con su antena, su trasmisor, y hubo un momento en el que estuvo a punto de ser realidad. Pero luego se toparon con el tema organizativo, financiación, etcétera. También ha habido varios intentos de hacer radio on line, y ha pasado lo mismo de siempre, ¿quién se encarga cuando el alumno pasa de tercero cuarto y ya no puede dedicarse?, eso es el tema. Necesitamos una estructura sólida.</p> <p>En cuanto al tema de la coordinación, yo creo que debería haber principalmente un coordinador del centro que no tendría por qué estar pendiente de la emisora, sino simplemente encargarse de lo que sería la gestión más bien administrativa, después estaría el coordinador de campo, que es el que se encargaría de dar continuidad a la emisora, dos técnicos, y yo creo que además debe haber una figura muy importante que es la del mentor o la del instructor, qué sería el que está con el alumno en temas de contenido, de redacción, para que ellos sepan llevar bien el manual de estilo, para que no se vayan a equivocar en cómo presentar una noticia, sería una especie de cuidador del contenido. Esa persona debería estar exclusivamente para consultar dudas. Esta figura también podrían ser alumnos de último año que ya hayan pasado por la radio anteriormente para que enseñen a los que vienen nuevos. A partir de ahí ya cabría todo en cuanto a la división de contenidos.</p>

	Yo dotaría la emisora de información de temas universitarios. La Universidad de Málaga también está muy presente en el deporte, por eso yo centraría la información que se da en información importante para los alumnos.
--	---

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA				
3.FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EMISORA				
FORMACIÓN	¿Crees que los alumnos de Periodismo salen lo suficientemente formados como para trabajar en una radio?	No	Creo que no. Creo que se hacen una idea, pero creo que no, porque faltan horas de prácticas, no porque el profesorado sea mejor o peor, sino porque faltan horas prácticas.	
		Sí		
	¿Y los de comunicación?	No		
		Sí		
	¿Crees que sería necesario poner en marcha un plan de formación en radio antes de que empezaran a hacer las prácticas?	No		
		Sí	Yo creo que una vez que se ponga en marcha una radio universitaria se crearían los mecanismos para que el alumno llegue preparado a la emisora. Yo creo que habría que hacer cursos de pregrado.	
	¿Se lleva a cabo en la UMA algún tipo de formación específica en radio a parte de las asignaturas de los grados? ¿Con qué frecuencia?	Seminario		
		Taller		
		Curso	x	Sí se vienen haciendo. Yo he participado en varios. Desde 2.011 se vienen haciendo cursos específicos de radio que los organiza la Fundación de la UMA, y ahora hace poco Paloma López y yo hemos sacado un curso de radio on line, y creo que Paloma ha dado antes cursos de locución. Se hacen uno o dos al año, el curso de Paloma al que yo voy de técnico, se suele hacer mitad on line y mitad presencial y las prácticas que hacen aquí en el aula de radio se vienen haciendo desde hace 3 años. Se suelen apuntar unos 25 ó 30 alumnos, se trata por lo tanto de un curso demandado.
		Otro		
¿Cuáles son las principales carencias que observa en los estudiantes cuando se incorporan a la emisora? Marcar con una X			Falta de conocimientos teóricos (proceso de producción, géneros, programación, etc.)	
	x		Falta de conocimientos prácticos (Locución, redacción, etc.)	
			Falta de conocimientos técnicos (<i>software</i> específico, autocontrol)	
	x		Otros ¿Cuáles? Principalmente no escuchan radio, por eso no tienen referentes. A partir de ahí...Cada vez los alumnos tienen más contacto con la tecnología, por ello les es más fácil ponerse las pilas en el plano técnico que antes. El alumno de 3º viene bien preparado en teoría pero en la práctica hay que machacar mucho la redacción.	
¿Cree que el paso por las prácticas de las asignaturas les ayuda a solucionar estas carencias?			En muchos casos, lo que pasa es que hay asignaturas que les pilla como a destiempo, por ejemplo la asignatura de "Técnicas del mensaje en radio y televisión". Como es de segundo, en esa asignatura les enseñan un poquito a locutar, un poquito a redactar, pero claro, es un alumno que no tiene base, entonces no se refuerza en este caso con la práctica la teoría y como tienen pocas horas de prácticas, pues terminan aprendiendo un poquito de cada cosa y se va el tiempo. En 3º de la asignatura de radio llegan ya un poquito más rodados y ahí el	

		profesor tiene que machacar muchísimo pero en tercero ya ellos van un poquito más rodados.
¿Se reconoce de alguna forma la participación de alumnos en estas formaciones? Marcar con una X y explicar en qué consiste.	Créditos ECTS	x ¿Cuántos?
	Certificado	x
	Nota numérica	
	No.	

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA		
4. ESTRUCTURA TÉCNICA E INFRAESTRUCTURA		
FICHA TÉCNICA	¿Qué tipo de emisión crees que debería tener una futura radio universitaria?	<p>Ondas FM</p> <p>On line</p> <p>Podcast</p> <p>Hombre, si se puede tener emisión por ondas sería ideal porque se vería reforzada por la emisión on line. Si tienes emisión on line, tienes una página web y puedes tener los <i>podcast</i> colgados. Es compatible todo.</p> <p>Yo pienso que si se consigue la licencia, que hoy en día no dan licencias, pues tener un emisor propio sería lo más barato, porque así no habría que estar pagando una cantidad al mes, y hoy en día se ha abaratado todo mucho. También es verdad que puede ayudar el hecho de que hay muchas emisoras que han cerrado, y se le puede comprar un transmisor de segunda mano. Una vez que se tiene el equipo de transmisión, el mantenimiento es barato. El generador estéreo es lo más caro, la antena, pero claro, si tú vas a emitir para un ratio pequeño, no necesitas un transmisor más potente. Quizás estamos hablando de un pago inicial de entre 6.000 y 9.000 euros, yo creo que a la larga es lo mejor.</p>
	Horario de emisión	<p>24 horas al día</p> <p>¿Cuántas de directo? Hoy en día es viable, pero lo suyo es que tengamos una jornada de trabajo normal, de 9:00h a 21:00h, el resto con programación enlatada.</p> <p>X horas al día</p> <p>¿Cuántas?</p>
	Si transmite en FM, ¿Qué equipo de transmisión se utilizaría y con qué potencia y alcance? ¿Sería muy caro de mantener?	Una antena que cubriese el área metropolitana. Que llegue también al centro. Pero si vamos a tener emisión on line, no importa mucho el alcance de la antena, la FM va a posicionarla y va a permitir que la escuche la gente que no acostumbre a usar la radio on line.
	¿La emisora tendría página web? ¿Sería propia de la UMA o se haría a parte?	La universidad pone los medios y va a financiar parte de la infraestructura y pone los alumnos, por lo que, dentro de la página de la universidad debería haber una parte para la radio de la UMA. Sería una web perteneciente a la intranet de la universidad, para que cualquier problema sea tratado por los servicios centrales informáticos de la universidad, que sea alimentada y actualizada por la gente de la emisora.
	¿Se recurriría a alguna plataforma web o <i>software</i> de gestión de contenidos web? Ejemplo Joomla, WordPress, etc. ¿O sería propia de la universidad?	Me parece que es el Merengue.
	Si emite vía web, ¿Cuál sería el servidor? Ejemplo: ICE CAST, o propio de la universidad	Hay un servidor muy potente, que ahora mismo contiene miles de horas de video, no hay que buscar otro.
	¿La emisora podría poseer una aplicación propia para la escucha mediante dispositivos móviles?	Se podría buscar ayuda en los alumnos de Telecomunicaciones. Eso hoy en día es muy fácil. Si el Rectorado y la UMA entera va a poder enorgullecerse de tener una emisora que pueda escuchar todo el mundo, yo creo que no va a ser dinero invertir en una aplicación.
	¿Qué reproductor multimedia utilizan? Ejemplo: Windows Media,	UltraMixer. Específico para MAC. Vale 50€ la licencia. Antes, cuando teníamos PC usábamos Zara. Arriba tenemos también el

	Winamp, etc.	Viva de ASPA, ellos podrían darnos presupuesto de equipos de alta frecuencia. Ya técnicos de alta frecuencia no hacen falta, cuando hay un problema técnico se llama a ASPA y se paga la reparación.
	¿Qué <i>software</i> de gestión de continuidad tendría? Ejemplo: Zara Radio, GDS, XFrame, etc.	Ahora mismo se está reproduciendo y gestionando los archivos con UltraMixer y grabando con Audacity.
	¿Qué sistema operativo se usa en los equipos informáticos de los estudios de radio?	MAC OS.
	¿Cuál es el <i>software</i> de grabación y edición que se usa en la UMA? Ejemplo: Audacity, Sound Forge, ...	Audacity.
	¿Cuántos puestos de redacción hay disponibles en la emisora?	Hay como 300 máquinas disponibles para trabajar.
	¿Cuántos estudios habría disponibles para la emisora?	Hay 2 estudios, las aulas de radio no disponen de la acústica necesaria para emitir. En total hay un estudio de radio, uno de grabación y una sala de locución.
	¿Cuántas salas de edición y locución hay? ¿Son los mismos estudios de la pregunta anterior?	Abajo hay una de grabación.
	¿Existe la posibilidad de autocontrol en algún estudio?	En los dos estudios.
	¿Cuántos equipos de grabación portátil o grabadoras hay disponibles?	4 grabadoras digitales para préstamos.

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA

5.PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA

	¿Cómo se gestionaría el tema de los derechos de autor de la música? ¿Pagar a SGAE, a AGEDI? ¿Cuánto?	Sé que es un canon mensual. Habría que verlo por ser un tema universitario cuánto sería.
--	--	--

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA

6. NORMAS DE FUNCIONAMIENTO

	¿Existen normas de funcionamiento interno? ¿Decálogo de normas de comportamiento?	Hay estatutos del laboratorio.
--	--	--------------------------------

CUESTIONARIO JUAN CARLOS DEL CASTILLO PAS TÉCNICO UMA

8 .OPINIÓN PERSONAL

OPINIÓN PERSONAL	¿Crees que sería difícil conseguir una licencia de FM local?	Por lo que hemos hablado en la entrevista, pienso que no.
	¿Qué haría falta a parte de lo que existe para crear una emisora de radio universitaria?	Solo el sistema de alta frecuencia.
	¿Qué consejos darías para la creación de una emisora universitaria?	Hay que pensar que es bueno para la formación y prestigioso para la facultad. Habría que pasar por Junta de Centro y luego por Consejo de Gobierno.

