

Dr. Jorge CHENOVART-GONZÁLEZ

Universitat de València. España. jorge.chenovart@uv.es

Remei CASTELLÓ-BELDA

Universitat de València. España. remei.castello@uv.es

Formación radiofónica universitaria en el modelo transmedia: el caso de Ràdio Universitat (2011-2015)

University radio training in the transmedia model: the case of Ràdio Universitat (2011-2015)

Fechas | Recepción: 06/10/2017 - Revisión: 07/12/2017 - Publicación final: 01/01/2018

Resumen

El presente estudio muestra la evolución de Ràdio Universitat, primera emisora de radio que tuvo la Universitat de València, desde el momento de su creación en 2011 hasta el cese de las emisiones durante el año 2015. A través de estudios cualitativos y cuantitativos de la producción de la emisora se demuestra su inserción, desde el primer curso, en el movimiento transmedia, la evolución que ofreció la programación para ser más accesible a la comunidad universitaria y la importancia que tiene en la formación del estudiantado de los grados en Periodismo y Comunicación Audiovisual. De esta manera, se apuesta por la relevancia de una plataforma multimedia de este tipo para la formación de los futuros profesionales de la información.

Abstract

The present study shows the evolution of Ràdio Universitat, first official radio station that had the University of València, from the time of its creation in 2011 until the cessation of emissions during the year 2015. Through qualitative and quantitative studies of the production of the radio it is demonstrated its insertion from the first course in the transmedia movement, the evolution that offered the programming to be more accessible to the university community and the importance that it has in the formation of the students of the degrees in Journalism and Mass Media Studies. In this way, it is committed to the relevance of a multimedia platform of this type for the training of future information professionals.

Palabras clave

Educación; Formación; Periodismo; Ràdio Universitat; Transmedia; Universitat de València

Keywords

Education; Formation; Journalism; Ràdio Universitat; Transmedia; University of Valencia

1. Introducción

La presente investigación se encuentra enmarcada en el auge de las radios universitarias que ha tenido lugar en España desde los inicios del siglo XXI y que se ha fomentado gracias a la vertiginosidad del fenómeno transmedia. Esta realidad ha cambiado los hábitos de consumo audiovisual y radiofónico de la sociedad de masas. En este sentido, el artículo trata de plasmar el modelo radiofónico que propuso en su inicio la Universitat de València en 2011, integrada dentro de la plataforma audiovisual MediaUni, hasta 2015, momento del cese de las emisiones hasta la implementación de nuevos contenidos.

Por tanto, se interpretará, en primer lugar, el papel que tiene una radio universitaria, especialmente en el marco español, sus relaciones con la educomunicación y su relación directa con los programas docentes de las asignaturas que preparan para el trabajo en el contexto radiofónico actual.

Asimismo, se lleva a cabo un estudio de cada una de las etapas de Ràdio Universitat, la radio oficial de la Universitat de València, con el objetivo de entender que una radio universitaria fomenta el avance laboral del estudiantado, sirve como eje cohesionador de la comunidad universitaria y además, tiene una labor social informativa potente dentro del movimiento de los medios de comunicación masivos.

1.1. La radio como integrante del movimiento transmedia universitario en el contexto español

El empuje de las nuevas tecnologías y la realidad del fenómeno transmedia abrieron el camino para la creación de las radios universitarias, al mismo tiempo que se comenzaban a crear en casi todas las comunidades autónomas españolas, carreras en universidades públicas de índole comunicativa. En este sentido, como afirma Fidalgo Díez:

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 (2009:126).

Tanto las universidades públicas como las universidades privadas en España han puesto en marcha diferentes modelos de plataformas audiovisuales que engloban la televisión, la radio y la prensa online. Al margen de las diferencias en términos de gestión económica que conlleva la dirección de un ente privado o público en la vertiente universitaria, en el ámbito radiofónico surge en 2002 y al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, la creación de la Asociación de Radios Universitarias (ARU) una corporación puramente académica, sin ánimo de lucro, que engloba una treintena de radios universitarias españolas. Esta asociación participa en congresos sobre el contexto radiofónico universitario y gestiona la cohesión de todas las integrantes.

La Asociación de Radios Universitarias nace en 2011 con unos objetivos generales relacionados con la proyección de temas universitarios; el intercambio de experiencias y productos comunicativos; la contribución al desarrollo de la educación; el estudio y el intercambio de metodologías que permitan establecer la cooperación entre instituciones; el apoyo a la investigación y la experimentación de los asociados; y el desarrollo del formato radiofónico y del personal que lo trabaja como principal exponente. Todas estas cualidades y características del marco radiofónico universitario, generaron una necesidad de formación constante, que se ve plasmada a través de investigaciones cuantitativas y cualitativas y de carácter histórico sobre su contexto:

Tanto las características comunes, como las experiencias particulares han comenzado a analizarse por parte de investigadores del ámbito de la comunicación. Es un nuevo campo que abre otras líneas de interés, distintas a las que tradicionalmente venían investigándose en los estudios de medios audiovisuales relacionados con el campo radiofónico. (Marta-Lazo; Martín-Pena, 2014: 9)

El componente enriquecedor que aporta una emisora de radio a una universidad viene dado por la pretensión de la transmisión del conocimiento y la cultura. La creación de la primera emisora de radio universitaria en España tiene como primer precedente la Universidad de la Laguna en 1987, y es a partir de ese momento cuando comienza a gestarse lo que sería un compendio informativo que engloba las diferentes escalas trabajadoras de las universidades como Personal Docente (PDI), Personal de Administración y Servicios (PAS), trabajadores por cuenta ajena o prestación de servicios concretos y por último, estudiantes en prácticas.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta las razones de la creación de radios universitarias, atendiendo a esta afirmación:

El nacimiento de las emisoras universitarias ha sido diverso: en la mayor parte de los casos ha sido consecuencia del empeño de un reducido grupo de personas que pretendían tener un altavoz dirigido a la sociedad; en un menor número de ocasiones ha sido una agrupación de alumnos, a través de asociaciones, la que ha forzado a la universidad a poner en marcha la emisora de radio (Fidalgo Díez, 2009: 128).

Resulta pertinente completar este breve repaso contextualizador, con las palabras de Martín-Pena, Segura-Anaya y Marta-Lazo:

En el conjunto de las emisoras universitarias españolas observamos una participación muy abierta, tal y como se refleja en el reglamento de funcionamiento de cada una de las emisoras, que abren la posibilidad de producir contenidos a un segmento muy amplio de la comunidad universitaria y en ocasiones, a la sociedad en general (2015:157).

Esta afirmación se constata con la distinción entre tipologías que proponen Ortiz Sobrino, Rodríguez Barba y Cheval (2014:74), diferenciando en primer lugar, las emisoras gestionadas por el alumnado de cuya universidad ofrece un apoyo institucional, generalmente relacionados con las carreras del ámbito de la comunicación; en segundo lugar, las emisoras universitarias que son gestionadas libremente por asociaciones de alumnos universitarias y que no mantienen ningún enlace con la propia universidad en términos económicos ni de dirección; por último, se encuentra la radio de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) emitiendo a través de Radio Nacional de España.

En el caso de las primeras citadas, aquellas que mantienen relación directa con algún departamento de la universidad y mantienen una relación de gestión donde el estudiantado adquiere una destreza, habitualmente a partir de una directriz concreta, destaca el poder y la necesidad constante de formación. Pero ¿Qué se entiende por formación? ¿Se trata únicamente de la docencia curricular estándar y la puesta en marcha de un contenido a raíz de ella? Realmente no se trata solamente de la formación del estudiantado en materias con un plan y una estrategia docente, en este caso se habla del entendimiento de la realidad radiofónica dentro del movimiento transmedia. Cuando se prepare también para la comprensión del cambio constante en el medio, se trabajará de manera global. En este sentido Contreras y Parejo (2013:19) sostienen que el planteamiento debe entender que las radios universitarias también se exponen a "las nuevas iniciativas que la llevan a las tendencias de lo transmediático, el papel más activo de los ciudadanos como prosumidores de los medios y la inquietud por ofrecer una mayor interacción entre estos y los nuevos medios". En esta afirmación aparece finalmente el término "prosumidor", que debe entenderse como el individuo inserto en una cultura transmedia total, a través de la cual es capaz de producir y generar el contenido gracias a su desenvolvimiento en Internet y las tecnologías 2.0, teniendo especial relevancia ya que es capaz de crear un contenido completo sin necesidad de que haya un equipo a su alrededor. (Casajús; Vázquez Guerrero, 2014: 90).

Por lo tanto, la universidad se encuentra inmersa en un proceso de renovación donde la integración de la gente más joven, el alumnado, cambia el paradigma de ámbito educacional, ampliando las posibilidades de la educación superior (Quintana; Parra; Riaño, 2017: 83) y contagiándose de la juventud con creatividad, inocencia y fusión de experiencias (Barrios Rubio, 2014: 70). Como afirma Vázquez Guerrero (2011:58): "parece evidente que esta nueva dinámica es exitosa porque permite salir de esquemas educativos lineales que ahora exigen las nuevas reformas educativas europeas y sus aportaciones a nivel creativo son positivas". De esta manera, el impacto mediático al que se encuentra expuesto un estudiante del ámbito comunicativo, aumenta las posibilidades de que el medio en el que se encuentre trabajando evolucione de la misma manera, insertándose de lleno en la evolución transmediática. De esta manera, el alumnado puede estar mucho más abierto a la evolución práctica y profesional.

En la actualidad, las emisoras universitarias, con un mayor potencial de producción e insertas en la era del "dial infinito" (Marta-Lazo; Segura-Anaya, 2014: 351), se han convertido en radios que ya no tratan únicamente de dirigirse a un mundo puramente universitario, algo que pudiera entenderse como público objetivo. La realidad muestra una trascendencia social y ciudadana, constituyéndose así como medio de expresión alternativo y formando parte de la comunidad, a través de la cual se fijan también las metas y objetivos de una manera democrática (Ballesteros, 2012: 131). Sin embargo, el componente juvenil se antoja fundamental para favorecer la imagen de la institución, tanto desde un punto de vista formativo del estudiantado como para el engranaje en constante movimiento y renovador de la propia emisora. En palabras de Vázquez Garrido (2011:58): "proporciona competencias como la mejora de la comunicación oral, la resolución de problemas, el trabajo en equipo, la planificación, la toma de decisiones o el saber compartir". A ello hay que sumar el aumento de calidad y la consolidación en la producción de contenidos para el público, encontrando nuevas experiencias y tendencias que hacen evolucionar a la propia emisora y al alumnado en prácticas como protagonista.

La realidad de la radio universitaria va de la mano del contexto multimedia que genera Internet y el resto de herramientas que forman parte de la tecnología 2.0 y 3.0 (Ortiz Sobrino, Marta-Lazo y Marfín-Pena, 2016: 14). Uno de los factores más interesantes que se ha podido establecer del cambio de las radios universitarias ha sido los hábitos de consumo a través de los formatos que se encuentran al alcance del receptor. El caso del podcast ha sido un elemento fundamental para la radio universitaria española y una revolución a nivel internacional, porque al hecho de no necesitar licencia para emitir, incorpora el componente transmedia de la emisión por Internet, combinando así plataformas radiofónicas con visuales como es el uso de YouTube. La posibilidad de alcanzar determinados públicos sitúa a la radio universitaria como nexo entre comunidades universitarias alcanzando en ocasiones la especialización. De esta manera la radio universitaria puede dedicarse a "lo que normalmente no se dedica la radio generalista [...] deberá dedicarse a emitir contenidos especializados o alternativos para poder llegar al público o audiencia que el resto de medios no sean capaces de llegar" (Espino Narváez, 2014: 29). Esta afirmación se encuentra dirigida a campos como la conciencia social, la mayor presencia de comunidades en riesgo de exclusión y la cultura y la ciencia en ramas concretas y específicas.

Es una realidad que algunos de los programas producidos por emisoras de radio tradicionales a nivel nacional son seguidos por miles de personas únicamente por Internet, teniendo la posibilidad de compartir ambos medios de comunicación. El cambio en el que el oyente pasa de imaginar situaciones a poder verlas posibilita que la web tenga un papel esencial en la estrategia de comunicación. Si anteriormente se trataba de una retroalimentación activa a través de la participación por teléfono, correo electrónico o carta, nos encontramos ahora ante un paso más allá en la relación entre emisor y receptor, donde la radio ha pasado a tener un componente televisivo. De esta manera Marfín Arias propone (2016:162):

La página web de entrada en los nuevos cibermedios sustituye esa imaginación y pone a disposición del receptor muchos elementos de los que antes carecía, desde la cara de un locutor o presentador, hasta la posibilidad de participar en un programa por un canal distinto.

1.2. Breve inserción de Ràdio Universitat en la realidad transmedia de la Universitat de València

Desde 2011 hasta 2015, año en el que se inicia el cese de las emisiones por la apertura de un periodo de redefinición para poder encajar de una manera más concreta el contenido transmedia (Chenovart y Castelló, 2017: 288), Ràdio Universitat se convierte en pieza del binomio de MediaUni, plataforma integradora de varios medios de comunicación de la Universitat de València. Esta arrancó como OTT (Over the Top), entendiéndose como contenedor de contenidos para la información de la comunidad universitaria. MediaUni fue un ejemplo de combinación multiplataforma al conectar ambos medios de comunicación (televisión y radio) en una misma página web. De hecho, existió una coordinación de contenidos, a través de la cual, los temas tratados en radio que permitían una extrapolación al mundo visual, eran trasladados directamente para la realización de reportajes. De esta manera, la sinergia entre medios permitía una difusión de la investigación universitaria y una presencia en el imaginario colectivo de las comunidades docente y discente. Por lo tanto, como uno de los objetivos universales de toda radio universitaria es la formación del estudiante en la modernización de los procesos de comunicación, es importante aclarar que las emisoras se han convertido en lugares de formación para el futuro profesional del mañana. En palabras de Martín-Pena y Aguaded (2016: 271-272):

Se trata de auténticos laboratorios de ensayo para los estudiantes de periodismo, en los que pueden experimentar con nuevos formatos de información radiofónica y adquirir las competencias necesarias para trabajar como periodistas y realizadores radiofónicos. Algunos investigadores ya han puesto de manifiesto como Internet proporciona hoy a las radios universitarias un nuevo sistema de dinamización social y cultural para conectar mejor con los estudiantes y profesores, que encuentran en ellas más posibilidades de interactuar y tener una participación activa que va más allá de las aulas.

La retroalimentación activa que pretende el medio de comunicación radiofónico universitario se obtiene esencialmente del vínculo con las redes sociales. Trabajando el modelo de promoción externa a través de Internet y teniendo una presencia entre el estudiantado y el personal trabajador del centro, se aumentan las posibilidades de aceptación del medio en el espacio académico. En este caso, el fomento del modelo transmedia, dentro del concepto multiplataforma, exigía en la Universitat de València una conjunción con dos redes sociales, las más activas durante esos cuatro años y al mismo tiempo las más populares en la primera mitad de la década de 2010: Twitter y Facebook. Mientras la primera permitió la difusión de cada uno de los espacios emitidos una vez eran subidos a la plataforma contenedora, en la segunda, con el objetivo de no saturar de información y ser rechazados por la comunidad universitaria -ya que se empleaba la página institucional de la Universitat de València- se programaba cada una de las publicaciones. Siguiendo la línea de López Vidales, Gómez-Rubio y Hernando Lera (2015: 44) se intentó

llevar a cabo una política variada de contenidos sociales influidos por el componente institucional, pero siempre dando especial importancia a la realidad cultural que se vivía en el ambiente universitario.

2. Objetivos

El presente estudio de investigación se inserta en una vertiente empírica, teniendo en cuenta el marco de acción de Ràdio Universitat en el movimiento que las radios universitarias han llevado a cabo en el contexto transmedia. Por ello, los objetivos generales del estudio son los siguientes:

- Estudiar la evolución de una radio insertada desde sus inicios en el movimiento transmedia.
- Analizar de manera empírica, a través de datos producidos por la propia emisora, los cambios y las iniciativas que se pusieron en marcha durante el periodo escogido.
- Ofrecer la información detallada de la programación a través de diferentes factores (personal laboral, género radiofónico, cooficialidad de idiomas...).
- Comprender el papel que tenía Ràdio Universitat en la divulgación de conocimientos y actividades generadas en la Universitat. Así como aumentar la cohesión entre la comunidad universitaria.
- Dar a conocer el caso de Ràdio Universitat a la comunidad investigadora audiovisual.
- Contribuir al desarrollo del movimiento transmedia, especialmente vinculado a la evolución de las radios universitarias.

3. Metodología

La metodología de estudios sobre Ràdio Universitat se encuentra influida por la trayectoria de la misma. Una vez se ha marcado el campo de acción y el marco de análisis (las radios universitarias españolas), se llevarán a cabo las siguientes líneas de actuación:

En primer lugar se dará a conocer la emisora, explicando de manera teórica pero con una marcada esencia empírica, la trayectoria de Ràdio Universitat de manera general, antes de adentrarse en cada uno de las temporadas. Además, será necesario analizar el papel de cada una de las carreras universitarias relacionadas con el mundo radiofónico de la Universitat de València (Periodismo y Comunicación Audiovisual), contribuyendo a la formación del estudiantado en este terreno. Para ello se realizará un estudio de las asignaturas que mantienen vínculos con el modelo radiofónico.

Posteriormente, se realizará el estudio principal de la investigación, un análisis de los cuatro años en emisión de Ràdio Universitat. Cada curso tiene los siguientes elementos analizados:

- Recuento y clasificación del personal que trabaja y colabora en Ràdio Universitat.
- Programación completa de la parrilla de Ràdio Universitat, indicando género, idioma y vinculación del personal que realiza el programa.
- Análisis del modelo de producción de cada temporada de la emisora en función de los elementos (explicando la trayectoria anual a través de los elementos de la tabla).

Una vez estudiada cada temporada, se procederá a un estudio final a través de diagramas de barras de los siguientes aspectos:

- Estudio del idioma de emisión según el tipo de personal.
- Evolución de la producción según la temporada.
- Análisis del género de la producción según el tipo de personal.

Todos estos elementos servirán para establecer cuestiones como el uso de los diferentes idiomas oficiales de la Universitat de València, la continuidad en la programación y el concepto de contenedor multimedia de la emisora como productora de contenido cultural variado.

Todos los aspectos que se analizan son obtenidos a través de la inmersión directa en Ràdio Universitat, teniendo como fuentes primarias, los análisis productivos privados de la emisora y la producción que se encuentra disponible a través de la página oficial de la plataforma MediaUni de la Universitat de València (www.mediauni.uv.es).

4. Resultados

4.1. El caso Ràdio Universitat (2011-2015)

Hasta la creación de Ràdio Universitat, la Universitat de València carecía de un medio de comunicación radiofónico. Sin embargo, la institución sí que contaba desde hacía años con un diario impreso Nou Dise (que coincidiendo con el impulso de Ràdio Universitat y Televisió Universitat pasó a ser el digital InfoUniversitat) que informaba a la comunidad universitaria de los sucesos más relevantes en cada ámbito y un departamento de producción de videos. La plataforma MediaUni integró por primera vez, un medio de radio con otro de televisión, generando un espacio oficial para la creación y difusión de contenidos audiovisuales.

El 7 de noviembre de 2011 inició sus emisiones en pruebas con un informativo diario de radio. Se trata de una emisora que ha emitido exclusivamente por Internet, haciéndolo en formato podcast con sus programas de manera diferida y también en formato streaming a través de la página web de la plataforma MediaUni. Desde su comienzo se empezó a incorporar programación de alumnado de las titulaciones de Comunicación Audiovisual y Periodismo realizando durante todo el curso productos de corte cultural. Durante el periodo de iniciación (hasta el inicio del año 2012) se trabajó en la creación de una página web completa que acogiera toda la producción.

Ràdio Universitat se concibió como un medio de comunicación que sirviera de complemento a la producción televisiva y a las prensas escrita y digital ya existentes. Los objetivos sobre los que se sostuvo su implementación fueron los siguientes: contribución a visibilizar la información de la institución, de sus miembros (profesorado y personal de administración y servicios, PDI y PAS) y del alumnado; ofrecer un servicio donde el estudiantado vinculado a las carreras insertadas en el campo audiovisual pudieran realizar sus prácticas formativas y aplicar los conocimientos aprendidos durante los años de estudio; abrir el radio de acción a toda la comunidad universitaria para que sintiera suyo el medio de comunicación y permitir la sinergia existente entre todas las titulaciones de los campos universitarios; y contar con especialistas en diferentes áreas del conocimiento. La posibilidad de disponer de personal cualificado para tratar de informar de manera coherente y veraz, significaba no solo el contraste de la información, sino la búsqueda de la opinión de la persona experta y la difusión de las propias investigaciones de especialistas en el caso de que se tuviera la posibilidad. Esta cualificación de la noticia, posibilitaría el ascenso en la calidad profesional del propio alumnado, conociendo el criterio de calidad y exigencia que el periodismo riguroso debe defender. Otro aspecto esencial, que destaca del perfil potenciador cultural de la propia universidad, es la defensa del valenciano como idioma oficial de la misma. Por ello, Ràdio Universitat mantenía la preferencia de la realización de programas en valenciano, de manera que el estudiantado pudiera tener un contacto con la lengua desde otra perspectiva que podría no haberse planteado durante los estudios universitarios.

Dada la particularidad de la Universitat de València, ya que cuenta con tres campus repartidos en diferentes partes del área metropolitana así como en sedes alejadas de la propia ciudad, en otras comarcas (Gandía (la Safor) y Ontinyent (la Vall d'Albaida)), Ràdio Universitat se creó también con el objetivo de ayudar a la cohesión de la comunidad universitaria dando a conocer la información que emergió de todos estos espacios.

La creación en 2011 supuso que Ràdio Universitat, como integrante de MediaUni, formara parte y dependiera directamente del Vicerrectorado de Comunicación y Relaciones Institucionales. Sin embargo, la desaparición en años posteriores de este vicerrectorado significó la dependencia del delegado del Rector para la Comunicación. En todo caso, los contenidos siempre han sido competencia del Gabinet de Premsa de la Universitat de València por delegación, en primer lugar, del propio vicerrectorado, y, después, por la persona delegada en cuestión.

4.2. La Universitat de València formando en radio

Antes de adentrarse en el carácter formador en radio de la Universitat de València, es necesario señalar que en los estudios de Pinto Zúñiga, Martín-Pena y Vivas Moreno (2016: 245-247) se aportan datos contextualizadores a nivel nacional que pueden ser relevantes para entender el lugar de Ràdio Universitat. En ellos, se apunta que es más recurrente la inclusión de estudios de radio en Periodismo que en Comunicación Audiovisual; que si el profesorado de radio en una universidad es el encargado de la radio universitaria o mantiene vínculo con ella, suele integrar la emisora con su alumnado; y por último, que esta realidad suele ser escasa, siendo únicamente en un 36% de los casos.

La Universitat de València dispone de los grados en Periodismo y Comunicación Audiovisual, donde se incluyen las asignaturas que mantienen una relación directa con el mundo radiofónico. No solamente se

trata de la práctica, sino también de incluir la vertiente teórica de este sector en el plan de estudios. Por ello, resulta necesario conocer cuáles son las materias que se imparten en esta universidad y su vínculo con una posible estancia en prácticas en la radio universitaria.

En el grado en Periodismo hay diferentes asignaturas durante los primeros cursos que mantienen vínculos con la radio, desde la vertiente teórica (*Expresión Oral y Escrita para Medios de Comunicación I y II*) y desde la práctica (*Tecnologías de la Comunicación I y II*). Las cuatro asignaturas son obligatorias también en el grado de Comunicación Audiovisual. Este hecho denota una cierta transversalidad de la radio en ambas carreras. Por otro lado, una asignatura como *Periodismo Digital* se mantiene como nexo de unión entre diferentes medios de comunicación donde también aparece el sector radiofónico. No obstante, es en el tercer curso de Periodismo donde se puede encontrar la principal asignatura de radio de la carrera: *Magacín informativo en Radio*. El grado en Comunicación Audiovisual, por su parte, también aporta diferentes asignaturas que no se encuentran en Periodismo como *Teoría de la Radio y la Televisión e Ideación y producción radiofónica*.

Tanto *Magacín informativo en Radio* como *Ideación y producción radiofónica* son los estándares de la radio en las carreras audiovisuales de la Universitat de València, por ello, es necesario analizarlas para poder extrapolarnos a la realización de prácticas en empresas del ámbito. En la tabla 1 se comparan ambas asignaturas donde se sitúan todos aquellos aspectos que el estudiante debe dominar para aprobar la materia, extraídos de las guías docentes de cada una de las asignaturas.

Tabla 1. Contenidos de asignaturas radiofónicas (Universitat de València)

<i>Magacín informativo en Radio</i> (Grado en Periodismo)	<i>Ideación y producción radiofónica</i> (Grado en Comunicación Audiovisual)
<ul style="list-style-type: none"> • Modelos básicos del magacín radiofónico de carácter informativo y procesos de realización. • Aspectos formales y de contenido del magacín, así como las necesarias cualidades del lenguaje verbal y sonoro. • El lenguaje radiofónico. • Los modelos informativos radiofónicos: del boletín al magacín. • La noticia y la entrevista radiofónicas. • La planificación y la preparación en la radio. • La edición radiofónica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en todo el proceso de elaboración de un programa o contenido radiofónico. • Realización de planes de explotación. • Conocimiento panorámico sobre cómo se hace radio a nivel profesional. • Elaboración de proyectos con Internet y nuevas tecnologías.

Fuente: elaboración propia.

El desglose de ambas asignaturas plantea la posibilidad de que el estudiantado se ponga en la piel de un equipo de producción y elabore de manera profesional con el docente como guía, un programa de radiodifusión (no se especifica el tipo ni el formato). Aunque se plantean los objetivos de cada asignatura de manera diferente, se sobreentienden vínculos en ambos como la producción de noticias de diferente índole, programación de radio en parrilla y horarios y en el hincapié de desarrollar y ampliar los lazos con el trabajo a través de Internet y las nuevas tecnologías.

Sin embargo, es necesario comparar el papel que tienen las prácticas en empresas con lo estudiado en el aula para saber si se mantiene una concordancia entre preparación y posterior desarrollo aplicativo. En el último año de carrera se cursa la asignatura *Prácticas Externas Obligatorias* y en ellas se sostiene que el estudiantado puede desempeñar diferentes funciones como:

- Redacción y presentación de contenidos de cualquier medio de comunicación entre el que se encuentra la radio.
- Redacción y trabajo de educación empresas que necesiten soportes creativos y culturales.
- Ideación, planificación y redacción de páginas webs en sistemas on-line, necesario para la inserción correcta de la radio en el movimiento transmedia.

En el posterior apartado se describirá de manera detallada la realidad de Ràdio Universitat, sin embargo, es necesario confirmar desde el primer momento que todas las funciones que se proponen anteriormente conjugan con el nuevo modelo de radio universitario en el que se trabaja a nivel nacional desde la Asociación de Radios Universitarias.

4.3. Curso 2011-2012. El inicio de la radio en la Universitat de València.

El inicio de Ràdio Universitat supuso la creación de una parrilla radiofónica basada en la pluralidad de contenidos. Asimismo, se dotó a la emisora de una mínima plantilla para poder ofrecer una programación regular a la comunidad universitaria. A través de las siguientes figuras se puede observar el modelo de trabajo de la radio de la Universitat de València durante el primer año de emisión.

En la tabla 2 se analiza el personal trabajador del medio.

Tabla 2. Tipos de personal laboral (Ràdio Universitat)

Tipo de empleado	Cantidad
Personal funcionario	2
Personal externo que presta servicios	2
Estudiantado en prácticas	16
PDI Asociado	1

Fuente: elaboración propia.

El curso 2011-2012 se inició con un personal fijo y una serie de personal externo que ejercía la función de prestar servicios a la radio para dotar de más contenido a la emisora, política que seguiría manteniéndose durante los cursos posteriores. Asimismo, se contó con estudiantado en prácticas y un docente en calidad de PDI Asociado.

El personal funcionario constaba de una persona encargada de la dirección y de un técnico de sonido y de edición que se encontraba en cabina. La función de dirección era la coordinación de los contenidos y la toma de decisiones final sobre cada uno de los mismos, para crear una línea editorial basada en la función informativa y cultural que tenía marcada la emisora como objetivo en su constitución.

El personal cualificado, que prestaba servicios, ayudaba al estudiantado en prácticas en la realización de la programación y desempeñaba funciones de responsabilidad en el caso de que la dirección no se encontrara disponible. También se encargaba de elaborar contenido para la creación de una parrilla con material suficiente.

El estudiantado en prácticas estaba repartido en función del semestre en el que se encontraba. Hay que tener en cuenta que el estudiantado en prácticas tenía la función de desarrollar esta estancia durante la carrera y estas prácticas podían ser voluntarias u obligatorias. Además, debían ser planificadas desde el comienzo de las mismas, ya que no podían coincidir con los horarios lectivos del sujeto. Este hecho dificultaba la continuidad de la programación en un primer momento, sin embargo, la posibilidad de que continuara habiendo estudiantes en prácticas en los siguientes semestres mejoraba las condiciones de organización de la parrilla de contenidos.

Por último, ese año se dispuso de un profesor en categoría de asociado, que desarrolló funciones de asesor y tutor en la creación de contenidos y valorador de posibilidades dentro de la emisora, con el fin de mejorar la programación y cubrirla de opciones reales para los próximos años.

En cuanto a la programación, se desarrolló la siguiente parrilla:

Tabla 3. Programas realizados por estudiantado en prácticas

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>Biografies il·lustrades</i>	Cultural (biográfico)	Valenciano	Estudiantado en prácticas
<i>Entrevistes en profunditat</i>	Cultural (entrevistas)		
<i>Borsa Pop-Rock</i>	Cultural (musical)		
<i>Sabies que</i>	Informativo (universidad)		
<i>Oficis relacionats amb les titulacions</i>	Informativo (empleo, salidas profesionales)		
<i>Esport Universitari</i>	Cultural (deportivo)		
<i>Agenda cultural</i>	Cultural		
<i>Medi Ambient</i>	Informativo (medio ambiente)		
<i>Erasmus UV</i>	Cultural (estudiantado Erasmus)		
<i>Claustre Obert</i>	Cultural (retransmisiones de eventos institucionales)		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Programas realizados por colaboración externa

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>Llengua viva</i>	Cultural (idioma)	Valenciano	Colaborador externo
<i>Apaga y vámonos 1.0.</i>	Magazine (humor)	Castellano	
<i>Apropa't</i>	Cultural (compromiso social)	Valenciano	
<i>La gran pantalla</i>	Cultural (cine)	Valenciano	
<i>Radioactius</i>	Magazine (información general y cultura)	Valenciano	
<i>Programa d'Inserció Professional</i>	Informativo (empleo)	Valenciano	
<i>Naturalment</i>	Divulgación (ecología)	Valenciano	
<i>Versió original</i>	Cultural (musical)	Valenciano	
<i>Connectats</i>	Magazine (información general y cultura)	Valenciano	
<i>Es tu salud</i>	Divulgación (nutrición)	Castellano	
<i>Camden</i>	Cultural (musical)	Valenciano	
<i>Igualtat de Gènere</i>	Divulgación (igualdad de género)	Valenciano	

Fuente: elaboración propia.

Las tablas 3 y 4 muestran, en primer lugar, una diferenciación entre el tipo de estudiantado que se ponía al frente de los diferentes programas de Ràdio Universitat. En la primera tabla se puede observar que el estudiantado a cargo de estos espacios era estudiantado en prácticas. Se trataba de alumnado de Periodismo y Comunicación Audiovisual que debía realizar unas prácticas curriculares -de entre 150 y 180 horas- y que por tanto tenía un contrato para desempeñar estas horas en la emisora. El tipo de programación del que se encargaba este estudiantado trataba aspectos de corte más institucional. Como ejemplos, en programas de corte más cultural como *Biografies Il·lustrades*, *Entrevistes en profunditat* o *Borsa Pop-Rock* se intentaba dar a conocer a la comunidad universitaria a personajes o grupos pertenecientes a la Universitat de València que destacaban o habían destacado en diferentes ámbitos. Otros casos como *Sabies que* o *Oficis relacionats amb les titulacions* intentaban acercar al estudiantado, especialmente, a los espacios y servicios de la institución académica o dar a conocer salidas profesionales según las titulaciones.

Por su parte, en la tabla 4 encontramos el tipo de estudiante colaborador externo que procedía habitualmente de otras titulaciones ajenas al mundo de la comunicación y que realizaba un programa. También se incluye en este apartado a miembros de la comunidad universitaria que participaban como colaboradores vinculados a la institución académica. Como ejemplos, el programa *Es tu salud* estaba realizado por alumnado de Nutrición y de Fisioteràpia, o *Igualtat de Gènere* estaba producido por el personal funcionario que conformaba la Unitat d'Igualtat de la Universitat de València. En el caso del colaborador externo el programa estaba vinculado a los intereses de los editores-productores y no tanto

a cubrir un aspecto institucional -aunque a veces, como el caso de la igualdad si que coincidió. Los colaboradores externos llegaban con un producto entre manos para desarrollar y era propuesta de cada equipo, mientras la propuesta temática de los mencionados en primer lugar estaba creada por la dirección de contenidos de la emisora.

La duración de cada programa se encontraba establecido entre los 30 y 60 minutos, en el caso de que fuera un programa magazine. La producción era llevada a cabo por el equipo de cada programa con la ayuda del técnico (PAS) encargado de solucionar cada uno de los problemas técnicos que pudieran aparecer.

En el curso 2011-2012 se creó la piedra angular de la programación de la Ràdio Universitat, en la que trabajaba el personal externo que prestaba servicios y el estudiantado en prácticas. Se trataba de *La Universitat al dia*, un magazine de dos horas de duración durante los meses de invierno y de una hora durante el mes de julio que englobaba diferentes secciones y que tenía como objetivo comentar a través de personal experto universitario y de protagonistas que visitaran la Universitat de València, todas aquellas cuestiones que sucedían o podían tener interés para la comunidad universitaria. El programa se encontraba ideado para que fuera el despertador de la universidad cada mañana. Sin embargo, la potenciación del formato podcast, a través del cual se emite la programación de la emisora y el cambio en las costumbres de consumo de la juventud universitaria que comenzaba a insertarse en el mundo de los contenedores audiovisuales multiplataforma, provocó, que a partir de la segunda temporada de emisiones de Ràdio Universitat, se partiera el magazine en diferentes programas, correspondientes cada uno de ellos a las secciones que lo conformaban. A partir de este momento se inició la inmersión de Ràdio Universitat en el fenómeno transmedia.

4.4. Curso 2012-2013. Ràdio Universitat crea su parrilla definitiva.

El curso posterior inició la propuesta que se había gestado durante el verano de 2012: la desmembración del programa central de Ràdio Universitat, *La Universitat al dia*, en un conglomerado de productos que copasen la parrilla de programación y que se pudieran escuchar por separado, dando protagonismo a la elección y los gustos del público.

En cuanto al cuerpo de trabajo, la tabla 5 muestra la evolución en el primer curso con una parrilla que mantuvo sus programas fijos durante todo el año.

Tabla 5. Tipos de personal laboral (Ràdio Universitat)

Tipo de empleado	Cantidad
Personal funcionario	2
Personal externo que presta servicios	3
Estudiantado en prácticas	7

Fuente: elaboración propia.

El cambio a nivel de producción también coincidió con una transformación desde el punto de vista de personal empleado. Mientras aumentaba el número de personal externo que prestaba servicios de organización a la dirección y de creación de contenidos, disminuía el número de alumnado en prácticas, sin que se viera desfavorecido el número de programas y de contenidos del mismo. Al convertir *La universitat al dia* en diferentes espacios radiofónicos, el estudiantado en prácticas podía colaborar en cada uno de ellos, adquiriendo la parrilla un grado de especificidad mayor que el año anterior. Al mismo tiempo desapareció la figura del PDI colaborador.

Tabla 6. Programas realizados por colaboración externa

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>Reflejados</i>	Cultural (compromiso social)	Castellano	Colaborador externo
<i>Enredados con la física</i>	Divulgación (física)	Castellano	
<i>El soterrani</i>	Magazine (humor)	Valenciano	
<i>Ecos del Cosmos</i>	Divulgación (astronomía)	Valenciano	
<i>Cine L'Atalante</i>	Cultural (cine)	Castellano	
<i>Amics de La Nau Gran</i>	Magazine (Nau Gran)	Valenciano	

Fuente: elaboración propia.

La programación de los colaboradores externos cambió de manera tangencial (ver tabla 6) ya que se amplió el espectro de realizadores con el objetivo de abrir la información de Ràdio Universitat a la comunidad universitaria. Con ello, se observa una disminución de estudiantado colaborador, aunque no desaparece, y aumenta la participación de investigadores y profesorado universitario, participando desde su ámbito de trabajo. De esta manera, destaca y se potencia la presencia de contenido científico, investigación PAS (*Ecos del Cosmos*), investigación-divulgación PDI-periodista (*Enredados con la física*) y científico-cultural (*Cine L'Atalante*), participación estudiantil (*El Soterrani* y *Reflejados*) y la unión del estudiantado mayor de 55 años de la Universitat de València, La Nau Gran (*Amics de La Nau Gran*). Se trataba de programación en emisión durante todo el curso y en la que se apostaba por un producto de mayor duración (60 minutos), siendo de periodicidad semanal. En este caso existió un equilibrio entre programas en valenciano y en castellano.

Tabla 7. Programas realizados por personal que presta servicios

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>La Gran Pantalla</i>	Cultural (cine)	Valenciano	Profesional que presta servicios
<i>A Fons</i>	Informativo (actualidad)		
<i>En Xarxa</i>	Divulgación (tecnología y redes sociales)		
<i>Informatiu</i>	Informativo		
<i>Ocupa't</i>	Informativo (empleo)		
<i>Fes pinya</i>	Cultural (compromiso social)		
<i>El Temps dels esports</i>	Cultural (deportes)		
<i>Calidoscopi</i>	Cultural (investigación universitaria)		
<i>Llegim</i>	Cultural (libros y literatura)		
<i>A fons cultural</i>	Cultural		

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 7 se aprecia como el personal externo que prestaba servicios tomó las riendas de la herencia dejada por *La Universitat al dia* con la emisión de cada uno de los programas que conformaban el propio magazine. En este caso destaca la variedad y la importancia de no repetir ningún programa en lo que a contenido se refiere. A excepción del programa *Informatiu* destinado a ofrecer las noticias diarias, el resto de espacios tenía una periodicidad semanal. En el apartado de duración existió un cambio respecto a los programas realizados por colaboradores externos, el formato se redujo para ofrecer información especializada durante un máximo de 30 minutos. En este espacio de tiempo se debía recoger toda la investigación que podía ofrecer el programa a través de fuentes de información primarias y elaboración de reportajes, como principales estilos periodísticos. En este caso todos los programas eran realizados en valenciano.

Tabla 8. Programas realizados por estudiantado en prácticas

Nombre de programa	Género	Idioma	Tipo de realizador
<i>Sabies que</i>	Cultural (información universitaria)	Valenciano	Estudiantado en prácticas
<i>Naturalment</i>	Divulgación (ecología)		
<i>Biografies il·lustrades</i>	Cultural (biográfico)		
<i>A la teua salut</i>	Divulgación (nutrición)		
<i>Fes ruta</i>	Cultural (ruta y montañismo)		
<i>Camden</i>	Cultural (musical)		
<i>Erasmus a la carta</i>	Cultural (estudiantes Erasmus)		

Fuente: elaboración propia.

Se observa en la tabla 8 que el estudiantado en prácticas decidió recoger el testigo de compañeras y compañeros de anteriores cursos y mantener algunos de los programas en abierto como el musical *Camden* o remodelar programas como *A la teua salut*, aunque el espíritu siguió siendo el mismo, para ofrecer información específica sobre el tema protagonista. Al tratarse de programación realizada por estudiantes en prácticas se mantuvo la línea de trabajo diaria de la redacción y por ello se ejecutaron programas de la misma duración que los recogidos en la anterior tabla, es decir, un máximo de 30 minutos. La integración del alumnado extranjero que accedía a la universidad a través de becas fue recogida a

través del programa *Erasmus a la carta*, lo que implicó una ampliación del tipo de público de la programación de la emisora. Por último, solamente existía un programa que trataba información universitaria en formato de capsula podcast de 5 minutos, *Sabies que*. Se trataba de un programa que tenía como objetivo ofrecer información básica que la comunidad universitaria debía conocer sobre la institución y los servicios que ofrecía, y mantener la continuidad en parrilla, al ofrecerse la programación en streaming a través de la página web. De esta manera, entre programa y programa, se insertaba una pequeña capsula a modo de enlace programable.

4.5. Curso 2013-2014. Consolidación de la programación y participación activa en iniciativas ARU.

A partir de este curso se observó una disminución de estudiantado en prácticas, aspecto que no implicó una consecuente reducción de programación, ya que las horas de trabajo en prácticas eran las que estaban establecidas en el currículum de los grados. La tabla 9 muestra la dinámica laboral del curso 2013-2014.

Tabla 9. Tipos de personal laboral (Ràdio Universitat)

Tipo de empleado	Cantidad
Personal funcionario	2
Personal externo que presta servicios	2
Estudiantado en prácticas	5

Fuente: elaboración propia.

El reajuste en cuanto a programas realizados por el estudiantado en prácticas -este año se queda en 5, dos menos que el anterior- se vio compensado por un aumento en el número de colaboradores externos, procedentes -como ya se ha visto- de diferentes carreras, no únicamente de Periodismo y Comunicación Audiovisual. De esta manera se demostraba una consolidación en el conocimiento de la comunidad universitaria a través del boca a boca y especialmente de las redes sociales (Twitter y Facebook), desde las cuales se comenzó una campaña de promoción de contenidos para fomentar la escucha de *Ràdio Universitat*, a través del podcast o vía streaming.

Tabla 10. Programas realizados por colaboración externa

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>Temps de clàstica</i>	Cultural (musical)	Valenciano	Colaborador externo
<i>Fauna Jazz</i>	Cultural (musical)	Castellano	
<i>Biografies il·lustrades</i>	Cultural (biográfico)	Valenciano	
<i>El retrato oval</i>	Cultural (magazine)	Castellano	
<i>El soterrani</i>	Magazine (humor)	Valenciano	
<i>Ideas con chispa</i>	Divulgativo (emprendimiento)	Castellano	
<i>La vuelta al mundo</i>	Cultural (compromiso social)	Castellano	
<i>Nota al margen</i>	Magazine (política)	Castellano	
<i>Tradisons</i>	Cultural (folclore)	Valenciano	
<i>Echar la tarde</i>	Magazine (cultural)	Castellano	
<i>Lo que hay que oír</i>	Magazine (cultural)	Castellano	
<i>Luxúria</i>	Divulgativo (sexología)	Valenciano	
<i>Filmfíllicos</i>	Cultural (cine)	Castellano	
<i>Ecos del cosmos</i>	Divulgativo (astronomía)	Valenciano	
<i>Cine L'Atalante</i>	Cultural (cine)	Castellano	
<i>Amics de La Nau Gran</i>	Magazine (Nau Gran)	Valenciano	

Fuente: elaboración propia.

Si se presta atención a la tabla 10, se observa la parrilla radiofónica más abundante en cuanto a programación de colaboradores externos hasta el cese de emisiones en 2015. Esto significa una mayor implicación por parte de las diferentes carreras y una duplicidad de contenidos que no sugiere un solapamiento de los mismos, ya que los programas que pertenecían a un mismo género, fueron realizados por estudiantes de diferentes grados y se coordinaron para evitar la coincidencia de temáticas. Como muestra, los ejemplos de la programación cinematográfica y televisiva con *Filmfíllicos*, procedentes de la

Escuela Técnica Superior de Ingeniería de la Universitat de València (diferentes campus universitarios), y Cine L'Atalante, programa del Aula de Cine de la institución académica.

Se recuperó el hueco dejado por *Llengua viva*, destinado a promover la lengua y la cultura valenciana, con el programa *Tradisons*, dirigido también al fomento de la cultura y el patrimonio cultural de las distintas comarcas del territorio valenciano. Asimismo, el estudiantado procedente de carreras relacionadas con el audiovisual apostó por el magazine de una hora de duración como programa para evolucionar en el medio, tratando la política o la cultura como principales temáticas. En este sentido, se siguió la línea editorial y de trabajo del medio, apostando por fuentes de primera mano para proceder a investigar y tratar la información de manera correcta. Por ello, se acentuó la necesidad de que fueran los propios colaboradores los que trajeran a personajes que pudieran dar sentido al programa para que este no se convirtiera en espacio de opinión y tertulia. Respecto a las temáticas, se continuó apostando por la ciencia (*Ecos del Cosmos*), el humor (*El soterrani*) y por novedades como la sexología (*Luxúria*). Este año se da, por primera y única vez, la circunstancia de que los programas en castellano superaran a los emitidos en valenciano (en cuanto a la producción de colaboradores externos se refiere).

Tabla 11. Programas realizados por personal que presta servicios

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>A Fons</i>	Informativo (actualidad)	Valenciano	Profesional que presta servicios
<i>En Xarxa</i>	Divulgación (tecnología y redes sociales)		
<i>Informatiu</i>	Informativo		
<i>Ocupa't</i>	Informativo (empleo)		
<i>Fes pinya</i>	Cultural (compromiso social)		
<i>El Temps dels esports</i>	Cultural (deportes)		
<i>Calidoscopi</i>	Cultural (investigación universitaria)		
<i>Llegim</i>	Cultural (libros y literatura)		
<i>A fons cultural</i>	Cultural		

Fuente: elaboración propia.

La programación realizada y dirigida por el personal cualificado que prestaba servicios a la emisora seguía siendo exactamente la misma a excepción de la eliminación de la parrilla de *La gran pantalla* (cine), al dar espacio a nuevos integrantes procedentes del exterior. La información de la tabla 11 denota este hecho y explica una consolidación de la parrilla creada la temporada anterior, al mismo tiempo que una apuesta por la continuidad tratando las temáticas del día a día con la colaboración de personajes expertos que mantenían el vínculo con la Universitat de València. Además, tal como se venía trabajando, este personal era asistido por estudiantado en prácticas que si bien ayudaba en la elaboración de contenidos también consolidaba las rutinas productivas de una redacción (producción, redacción de contenidos, locución) con el asesoramiento del personal a cargo del programa.

Tabla 12. Programas realizados por estudiantado en prácticas

Nombre de programa	Género	Idioma	Realización
<i>Canviem de pell</i>	Cultural (compromiso social)	Valenciano	Estudiantado en prácticas
<i>Naturalment</i>	Divulgación (ecología)		
<i>Cròniques de la història</i>	Divulgación (historia)		
<i>Black to black</i>	Cultural (música)		
<i>A la teua salut</i>	Divulgación (nutrición)		
<i>Fes ruta</i>	Cultural (rutas y montañismo)		
<i>Camden</i>	Cultural (música)		
<i>Erasmus a la carta</i>	Cultural (Erasmus)		

Fuente: elaboración propia.

Analizando los contenidos de la tabla 12, por los que se apostó desde la emisora para que el estudiantado en prácticas los pusiera en marcha, se aumentó la programación destinada a la concienciación social (*Canviem de pell*), la divulgación desde diferentes vertientes como la ecológica y la histórica y se siguió

informando sobre el mundo Erasmus con la participación de estudiantado que formaba parte de este programa de estancias en el extranjero.

Por otro lado, una de las novedades respecto a años anteriores fue la participación de manera directa en proyectos implementados con la ayuda de la Asociación de Radios Universitarias (ARU) como *Semillas de ciencia*, proyecto puesto en marcha por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) con el objetivo de difundir ciencia a través de la radio universitaria en un escenario puramente transmedia.

Otro de los proyectos comunes en el que Ràdio Universitat formó parte durante esta etapa fue los especiales del Día de la Radio, en los cuales se fomentaba a modo de homenaje el uso de este medio de comunicación y se animaba a consumir radio a través de nuevos métodos como el formato podcast, medio protagonista en la actualidad de las radios universitarias.

4.6. 2014-2015. Mantenimiento de una estructura con remodelación de contenidos y de personal en prácticas.

El último curso de las emisiones de Ràdio Universitat se vio especialmente influido, como puede observarse en la tabla 13, por el descenso de estudiantado en prácticas participante en la programación de la emisora y una consecuente bajada del número de programas que se emitieron.

Tabla 13. Tipos de personal laboral (Ràdio Universitat)

Tipo de empleado	Cantidad
Personal funcionario	2
Personal externo que presta servicios	2
Estudiantado en prácticas	3

Fuente: elaboración propia.

La tabla 14 muestra que la programación de los colaboradores externos, aunque produciéndose un descenso numérico de espacios, siguió siendo abundante en relación con el resto de años. Este hecho significaba la confianza que el estudiantado tenía en la promoción de sus contenidos a través de Ràdio Universitat. Hubo pocas novedades, únicamente un programa nuevo destinado a ofrecer información sobre nuevas tendencias y moda (*Halter Mag*), el resto continuó siendo programas que ya se emitían durante el curso anterior. Este año se mantiene el equilibrio de programas -realizados por colaboradores externos- en valenciano y castellano.

Tabla 14. Programas realizados por colaboración externa

Nombre de programa	Género	Idioma	Tipo de realizador
<i>Tradisons</i>	Cultural (folklore)	Valenciano	Colaborador externo
<i>Echar la tarde</i>	Magazine	Castellano	
<i>Lo que hay que oír</i>	Magazine (política)	Castellano	
<i>Halter Mag</i>	Cultural (tendencias y moda)	Castellano	
<i>Black to black</i>	Cultural (música)	Valenciano	
<i>Luxúria</i>	Divulgación (Sexología)	Valenciano	
<i>Filmfílicos</i>	Cultural (cine)	Castellano	
<i>Ecos del Cosmos</i>	Divulgación (astronomía)	Valenciano	
<i>Cine L'Atalante</i>	Cultural (cine)	Castellano	
<i>Amics de La Nau Gran</i>	Magazine (Nau Gran)	Valenciano	

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los programas realizados por el personal cualificado prestador de servicios, mostrados en la tabla 15, se continuó con el mismo modelo de años anteriores, introduciendo el programa *A la teua salut* -antes realizado por estudiantado en prácticas-, como espacio dentro de la parrilla principal, entendiendo que era necesaria una apuesta más seria por la nutrición y las formas saludables de vida.

Tabla 15. Programas realizados por personal que presta servicios

Nombre de programa	Género	Idioma	Tipo de realizador
<i>A Fons</i>	Informativo (actualidad)	Valenciano	Profesional que presta servicios
<i>En Xarxa</i>	Divulgación (tecnología y redes sociales)		
<i>Informatiu</i>	Informativo		
<i>Ocupa't</i>	Informativo (empleo)		
<i>Fes pinya</i>	Cultural (compromiso social)		
<i>El Temps dels esports</i>	Cultural (deportes)		
<i>Calidoscopi</i>	Cultural (investigación universitaria)		
<i>Llegim</i>	Cultural (libros y literatura)		
<i>A fons cultural</i>	Cultural		
<i>A la teua salut</i>	Divulgación (nutrición)		

Fuente: elaboración propia.

Por último, la programación de contenidos por parte del estudiantado en prácticas (tabla 16) acusó un descenso provocado por la disminución del número de los realizadores. De esta manera únicamente se pusieron en marcha cuatro espacios, de los cuales solo uno fue de nueva creación, *Amb molt de gust* destinado a analizar la gastronomía de la Comunitat Valenciana. Cabe decir que alguno de los programas realizados por el estudiantado en prácticas obedeció a una propuesta de este, por lo que se valoraba la iniciativa del alumnado.

Tabla 16. Programas realizados por estudiantado en prácticas

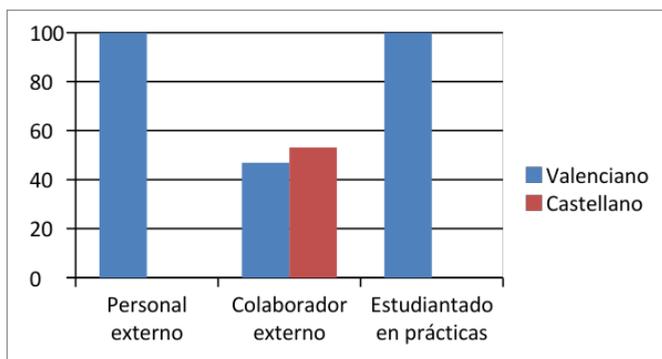
Nombre de programa	Género	Idioma	Tipo de realizador
<i>Fes ruta</i>	Cultural (rutas y montañismo)	Valenciano	Estudiantado en prácticas
<i>Camden</i>	Cultural (música)		
<i>Erasmus a la carta</i>	Cultural (Erasmus)		
<i>Amb molt de gust</i>	Cultural (cocina)		

Fuente: elaboración propia.

4.7. Estudio gráfico y estadístico de la personalidad de Ràdio Universitat.

En el presente apartado se exponen de manera gráfica los aspectos esenciales que caracterizaron a Ràdio Universitat durante los cuatro cursos que estuvo emitiendo programación: idioma, número de programación y género de programación. El estudio comparativo permite ser conclusivo de la dinámica de la emisora y de la línea de acción y editorial de la misma. Para ello se ha decidido estudiar la programación a través del tipo de trabajador que producía el espacio, de esta manera se pueden comprender las acciones tomadas desde dirección. Además, solamente se cuantifican los datos de los tres últimos años, entendiendo que el curso 2011-2012 fue un periodo de pruebas para estabilizar la radio y proceder a una programación en formato podcast modernizada y actualizada a la realidad del oyente. Es especialmente importante este dato, porque el magazine *La Universitat al dia* englobaba gran parte de la programación realizada por personal externo que presta servicios al medio de comunicación.

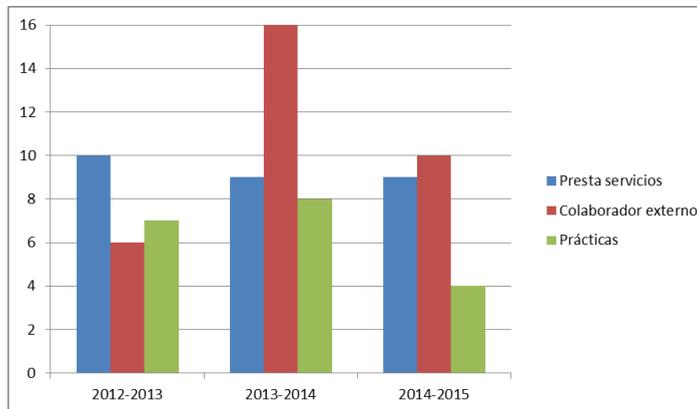
Tabla 17. Porcentaje del idioma de emisión según el tipo de personal



Fuente: elaboración propia.

En el diagrama de barras correspondiente a la tabla 17, se observa el porcentaje total de programación que fue emitida en valenciano y en castellano. En este sentido, la apuesta de Ràdio Universitat por la potenciación del idioma oficial de la institución fue esencial para entender la línea de producción de espacios. Tanto el personal externo que ofrecía servicios como el estudiantado en prácticas tenían la obligación de producir contenidos en valenciano. Sin embargo, la flexibilidad en cuanto al idioma se observa en la programación de los colaboradores externos, con un ligero aumento de los productos radiofónicos en castellano realizados por individuos que mantenían un vínculo con Ràdio Universitat (PDI, PAS, estudiantado de otros centros...).

Tabla 18. Número de programas según el tipo de personal y año de realización

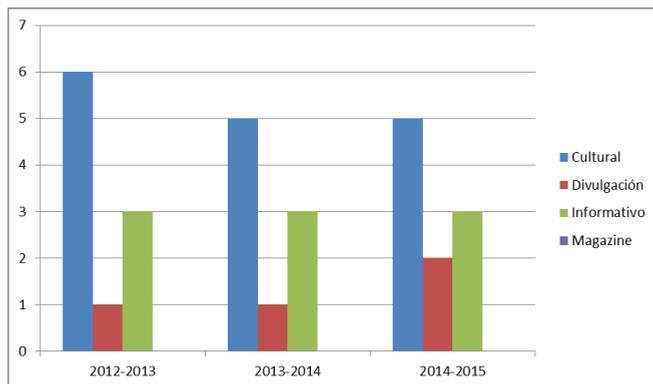


Fuente: elaboración propia.

El gráfico correspondiente a la tabla 18, muestra una línea constante en cuanto al número de programas correspondientes a los profesionales que prestaban servicios a la emisora. Esta programación se convirtió en los cimientos de la producción de Ràdio Universitat, la cual mantuvo altibajos en lo que a programación de colaboradores externos se refiere, especialmente en el curso 2013-2014, uno de los momentos más álgidos. Por lo que respecta al alumnado en prácticas, el número de programas iba en función de la cantidad de estudiantado que hubiera. Asimismo, mantenían la función cada año de colaborar en el programa *Informatiu* de manera diaria.

Las tablas expuestas a continuación explican de manera concreta cuáles eran los formatos y los géneros preponderantes en Ràdio Universitat. De esta manera, se pueden comprender los intereses de la emisora y de los colaboradores externos. La designación de la programación era la siguiente: mantenimiento de espacios concretos y variados de corte informativo y divulgativo ocupados por personal cualificado que prestaba servicios (tabla 19); elección de programación por parte del estudiantado en prácticas (tabla 20) y ocupación de programas que quedaran vacíos de realización; y propuestas de libre opción por parte de los colaboradores externos (tabla 21), que se valoraban desde dirección y podían llevarse a cabo o reformularse en el caso de que hubiera aspectos que mereciera la pena pulir.

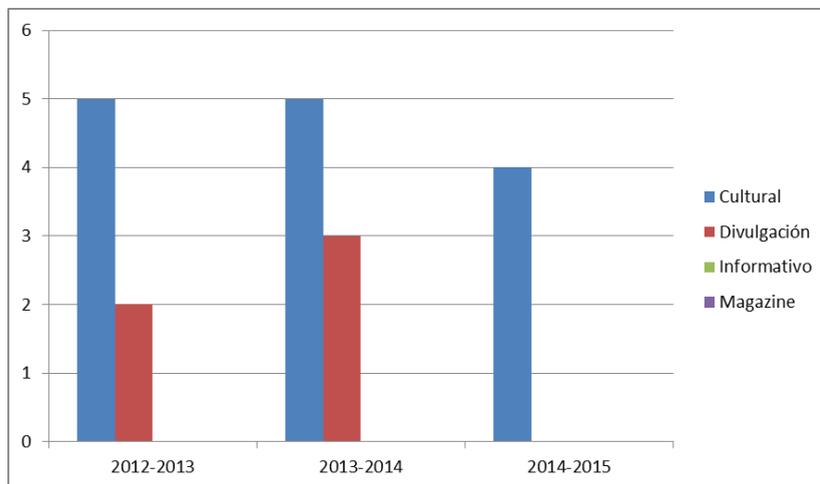
Tabla 19. Género de programas y año de realización (Personal que presta servicios)



Fuente: elaboración propia.

Los espacios producidos por el personal cualificado mantenían el corte cultural, heredado del magazine inicial del primer curso. No obstante, eran los únicos que aportaban también un carácter informativo, con las noticias universitarias cada mañana de lunes a viernes (elaboradas con el apoyo del estudiantado en prácticas) y programas como *A fons* donde se analizaba la actualidad y que, por tanto, no podían considerarse de carácter puramente divulgativo ni tampoco de corte cultural. En la gráfica se puede observar la estabilidad en lo que a producción básica se refiere, previamente citada, desde 2012 hasta 2015.

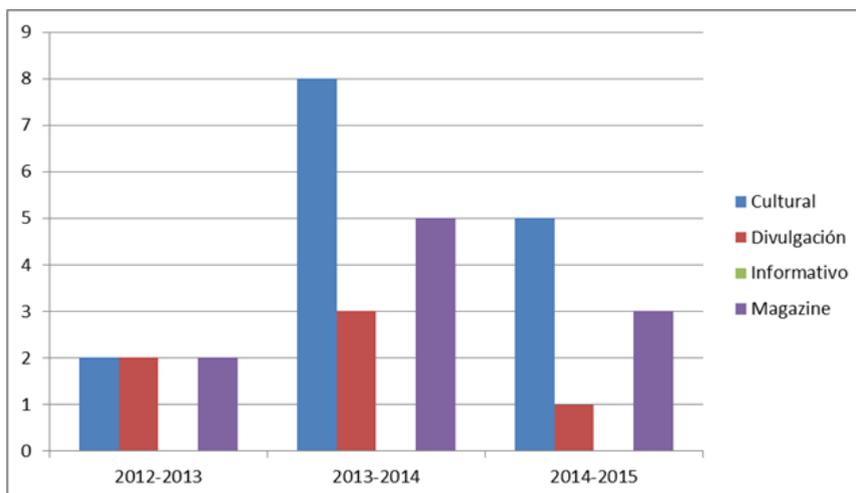
Tabla 20. Género de programas y año de realización (Estudiantado en prácticas)



Fuente: elaboración propia.

La programación del estudiantado en prácticas mantenía un gran parecido en género con la de la colaboración externa, especialmente si era realizada por alumnado de la Universitat de València, donde se prefería mantener el corte cultural de la emisora y aprovechar programas ya existentes de género divulgativo. En el último curso, únicamente se apostó por lo cultural, aunque el carácter de enseñanza se mantenía con los espacios *Fes ruta* o *Amb molt de gust*. En este punto también cabe destacar que el alumnado en prácticas colaboraba diariamente en la producción, redacción y locución de los informativos que se emitían de lunes a jueves. Los viernes a esta tarea se sumaba la de la dirección del informativo. De modo que era este estudiantado el que mantenía la responsabilidad del mismo.

Tabla 21. Género de programas y año de realización (Colaboración externa)



Fuente: elaboración propia.

El tipo de género por el que apostó el colaborador externo se basaba especialmente en el componente cultural, sobre todo en la época de consolidación de la programación de Ràdio Universitat. Era importante establecer un vínculo esencial entre la elección del estudiantado, en ocasiones procedente de Comunicación Audiovisual y Periodismo, por el formato magazine de contenidos variados, ya que en sus carreras había asignaturas donde se potenciaba ese tipo de producción. Por su parte, no había contenido puramente informativo, relacionado con noticias que sucedían en el ámbito estrictamente universitario.

5. Discusión

Antes de aportar las últimas conclusiones, es necesario remarcar algunos de los objetivos analizados en el apartado de resultados, que ocupan el grueso de la investigación. No obstante, al existir una sinergia entre el apartado de resultados y el de discusión, ya que es necesario explicar los datos de las tablas y las gráficas y poder aportar más detalles, para entender la trayectoria de Ràdio Universitat, en las siguientes líneas se puede observar la relación de los resultados con los objetivos marcados en primera instancia.

Se puede afirmar que para realizar un estudio sobre una emisora de radio universitaria, que suele sufrir constantes cambios, especialmente relacionados con la movilidad del estudiantado en prácticas, resulta esencial una investigación total de cada uno de los aspectos para entender cuál ha sido la evolución de la misma. En este caso, Ràdio Universitat es el fruto de los cambios de este tipo de colaboración, pero también de un mantenimiento constante, con pequeños cambios, en lo que se refiere a profesionales del medio que prestan servicios. Este mantenimiento constante del personal, unido al funcionariado, dota de tranquilidad y estabilidad a la programación y de variedad de contenidos y exigencia de cumplimiento de los mismos, aunque pueda haber cambios en la parrilla en función de los colaboradores externos y estudiantado en prácticas.

En cuanto a la evolución dentro del movimiento transmedia, la presente investigación ofrece la posibilidad de comprender la necesidad de acoplamiento, tanto del personal laboral constante como del estudiantado, en cuanto a nuevos formatos de hacer radio que llegaba a las nuevas formas de hacer radio, ya que siempre fue una radio introducida en el contexto transmedia, emitiendo a través de internet y nunca por onda.

En cuanto a la parrilla de programación radiofónica, se observa una gran variedad en lo que a temática se refiere, dando libertad a la creación de nuevos programas y formatos, especialmente por los colaboradores externos y los estudiantes en prácticas, que podían proponer ideas novedosas cada año. No existe ningún dato que asevere la intención determinada por parte de este tipo de personal en cuanto a género, ya que se establece la necesidad de rellenar espacios nuevos y no repetir en exceso contenidos temáticos. Lo que sí se puede afirmar, observando las tablas y las correspondientes explicaciones, es la producción dirigida a ocupar todo el espectro cultural posible (literatura, música, arte, tecnología, comedia, historia y folclore, entre otros temas). Este hecho desprende el interés del estudiantado y del colaborador externo, que podía ser PDI o PAS de la Universitat de València, por la divulgación a través del podcast y por la contribución a la creación de un espacio informativo amplio en la comunidad universitaria. La intención del personal laboral es clave para situar a Ràdio Universitat como un elemento que fortalecía las relaciones entre departamentos, facultades e investigación con el propio alumnado.

6. Conclusiones

El proyecto de Ràdio Universitat que empezó en el 2011 y que ahora se encuentra en un momento de transición ha resultado ser una experiencia enriquecedora desde distintos ámbitos de análisis. Ha resultado especialmente formativa para el alumnado –en concreto el de Periodismo y Comunicación Audiovisual– que ha contado con unos medios que hasta ese momento no se le habían podido ofrecer. Ha estado inmerso y ha podido experimentar de primera mano lo que son las rutinas productivas de un medio de comunicación, en este caso del ámbito radiofónico. Ha conocido y participado en la producción de diferentes formatos y ha podido elegir y practicar todos los géneros periodísticos. Además, ha contado con la tutorización de especialistas en este medio, y han conocido y experimentado con el fenómeno transmedia. En este aspecto, han formado parte de su desarrollo y al finalizar su formación académica, han llegado a los medios de comunicación tradicionales con esta experiencia que en muchos casos se encontraba en período de implantación. Cabe recordar que, además del uso de los distintos formatos de emisión radiofónica (podcast o escucha online), han participado de la promoción a través de las redes sociales, y los contenidos de la radio también han formado parte de los contenidos del periódico digital de la Universitat de València: infoUniversitat, con acceso directo al propio programa. Así pues, se puede hablar de un aspecto que se está imponiendo entre los medios tradicionales –incluso la futura radio

televisión valenciana ha anunciado su implantación-, estamos hablando de la redacción integrada. MediaUni asume los medios audiovisuales de la Universitat, sumado a que su coordinadora es la responsable también de la dirección del periódico de la Universitat y una de las responsables de los contenidos en las redes sociales (incluido YouTube), son los mismos componentes de la redacción los que elaboran y complementan los contenidos y los formatos para los distintos medios.

Por último, la puesta en marcha de esta radio ha supuesto, además de una escuela de aprendizaje para estudiantes de Periodismo y Comunicación, un espacio de encuentro para miembros de la comunidad universitaria. Profesorado, investigadores e investigadoras, personal de administración y servicios y estudiantado han pasado por los estudios de radio y han disfrutado de un medio que les resulta muy próximo como oyentes, pero del que nunca han formado parte como protagonistas en la conducción de programas. Además, Ràdio Universitat ha sido una herramienta de proyección del saber que se genera en las distintas ramas de conocimiento, y ha puesto en valor las habilidades de personas que, perteneciendo al ámbito universitario, no se dedican a la investigación ni a la docencia, sino a la gestión administrativa o son estudiantes. En definitiva, además de ser un medio que ha permitido la proyección hacia el exterior, acercándose a la sociedad, también ha contribuido a formar y a unir a unos estamentos que en muchas ocasiones no tienen posibilidades de coincidir. A esto hay que sumar que con su participación en este proyecto (tanto como productores u oyentes) han podido ser protagonistas y partícipes del fenómeno transmedia.

7. Referencias bibliográficas

- [1] Ballesteros, T. (2012). Radios universitarias. *Comunicación*, 29, 129-135. Disponible en <https://goo.gl/MiP5iY>
- [2] Barrios Rubio, A. (2014). La radio universitaria, ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología?. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 126, 66-75. <http://dx.doi.org/10.16921/chasqui.v0i126.267>
- [3] Casajús, L. y Vázquez Guerrero, M. (2014). Los jóvenes prosumidores en la Radio Universitaria 2.0: Un perfil en construcción. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 87-111. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2882>
- [4] Chenovart, J. y Castelló, R. (2016). Contenidos audiovisuales de las universidades valencianas en el contexto transmedia de proximidad. En M. Francés y G. Orozco (Coords.), *La televisión de proximidad en el entorno transmedia* (pp. 273-290). Madrid: Síntesis.
- [5] Contreras, P. y Parejo, M. (2013). *Más Ciencia. Como trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias*. Salamanca: Comunicación Social.
- [6] Espino Narváez, C. (2014). Contenido, estructura y función social en la programación de radio universitaria española. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 26-43. Disponible en <https://goo.gl/mDM6uJ>. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.4005>
- [7] Fidalgo, D. (2009). Las radios universitarias en España: transformación al mundo digital. *Telos: Cuadernos de comunicación en innovación*, 80, 12-137. Disponible en <https://goo.gl/CtxyI7>
- [8] López Vidales, N.; Gómez-Rubio, L. y Hernando Lera, M. (2016). Los jóvenes universitarios como productores de contenidos radiofónicos. En D. Martín-Pena; C. Marta-Lazo y M. A. Ortiz Sobrino (Coords.), *Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital* (pp. 41-54). Tenerife: Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- [9] Marta-Lazo, C. y Martín-Pena, D. (2014). Investigación en radio universitaria: Presente, pasado y futuro. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 8-25. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2878>
- [10] Marta-Lazo, C. y Segura Anaya, A. (2014). Radios universitarias y redes sociales: Modelos de gestión y perfiles de usuario. *Historia y comunicación social*, 19(1), 341-354. http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44962
- [11] Martínez Arias, S. (2016). Diseño web en radios universitarias. En C. Mateos Martín y F. J. Herrero Gutiérrez (Coords.), *La pantalla insomne* (pp.127-151). Tenerife: Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- [12] Martín-Pena, D. y Aguaded, J. I. (2016). La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación. *Comunicación y sociedad*, 25, 237-265. Disponible en <https://goo.gl/cd71i3>

- [13] Martín-Pena, D.; Segura, A. & Marta-Lazo, C. (2015). Profile of contributors of University Radio in Spain: The case of students in the area of Information Science. *Studies in Media and Communication*, 3(2), 157-166. <https://doi.org/10.11114/smc.v3i2.1228>
- [14] Ortiz Sobrino, M. A.; Marta-Lazo, C. y Martín-Pena, D. (2016). La radio universitaria online como construcción colectiva: el caso de InfoRadio. En C. Mateos Martín y F. J. Herrero Gutiérrez (Coords.), *La pantalla insomne* (pp. 230-251). Tenerife: Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- [15] Ortiz Sobrino, M. A.; Marta-Lazo, C. y Martín-Pena, D. (2016). Construcción colaborativa en el seno de las radios universitarias. En D. Martín-Pena; C. Marta-Lazo y M. A. Ortiz Sobrino (Coords.), *Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital* (pp.13-26). Tenerife: Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- [16] Ortiz Sorino, M.A.; Rodríguez Barba, J. y Cheval, J. (2014). La radio universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispano-francesa. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 1(3), 61-86. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2881>
- [17] Pinto Zúñiga, R.; Martín-Pena, D. y Vivas Moreno, A. (2016). La radio universitaria como formadora de profesionales. Análisis de la relación entre los títulos de grado y la radio universitaria española. *Revista general de información y documentación*, 26(1), 221-248. Disponible en <https://goo.gl/erVLVa>. http://dx.doi.org/10.5209/rev_RGID.2016.v26.n1.53043
- [18] Quintana, B.; Parra, C. y Riaño, J. P. (2017). El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 15(30), 81-100. <http://dx.doi.org/10.22395/anqr.v15n30a4>
- [19] Universitat de València. Departamento Filología Catalana. (2017). Guía Docente. 33386 Expresión Oral y Escrita para Medios de Comunicación II (en catalán), 1-7. Disponible en <https://goo.gl/BPzirc>
- [20] Universitat de València. Departamento Filología Española (2017). Guía Docente. 33385 Expresión Oral y Escrita para Medios de Comunicación I (en español), 1-7. Disponible en <https://goo.gl/EUKYiY>
- [21] Universitat de València. Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. (2017). Guía Docente. 33352 Tecnologías de la Comunicación I, 1-5. Disponible en <https://goo.gl/qb5qPA>
- [22] Universitat de València. Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. (2017). Guía Docente. 33353 Tecnologías de la Comunicación II, 1-7. Disponible en <https://goo.gl/EWJdeH>
- [23] Universitat de València. Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. (2017). Guía Docente. 33357 Periodismo Digital. 1-6. Disponible en <https://goo.gl/tokkFx>
- [24] Universitat de València. Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. (2017). Guía Docente. 33362 Magacín Informativo en Radio, 1-6. Disponible en <https://goo.gl/15tbFh>
- [25] Universitat de València. Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. (2017). Guía Docente. 33421 Ideación y Producción Radiofónica, 1-6. Disponible en <https://goo.gl/8iM4ot>
- [26] Universitat de València. Departamento Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. (2017). Guía Docente. 33410 Teoría de la Radio y la Televisión, 1-4. Disponible en <https://goo.gl/tPU6Hh>
- [27] Vázquez Guerrero, M. (2011). Refrescando las ondas: La presencia de jóvenes en la radio universitaria de España. En J. I. Aguaded y P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 52-61). A Coruña: Netbiblo.

