



La formación de competencias profesionales en los estudiantes de Comunicación Social de las emisoras universitarias en España y Portugal: situación y resultados asimétricos

doi:10.11144/Javeriana.syp35-68.fcpe

Recibido: 30 de diciembre de 2015
Aceptado: 12 de abril de 2016
Disponible en línea: 31 de mayo de 2016

Submission Date: December 30th, 2015
Acceptance Date: April 12th, 2016
Available online: May 31st, 2016

Professional Skills Formation of Communication Students in University Radios from Spain and Portugal: Situation and Asymmetrical Results

A formação de competências profissionais em alunos de Comunicação Social das estações de rádio universitárias na Espanha e Portugal: situação e resultados assimétricos

Origen del artículo

Esta investigación fue promovida por el Grupo de Investigación y enseñanza de la gestión de los medios y de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid (MediaCom UCM), el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza y por la Comisión de Investigación de la Asociación de Radios Universitarias de España.

MIGUEL ÁNGEL ORTIZ SOBRINO

Doctora en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Director de Inforadio de la Universidad Complutense. Correo electrónico: maortiz@ccinf.ucm.es

CARMEN MARTA-LAZO

Doctora en Ciencias de la Información. Directora de Radio Unizar. Coordinadora Grado en Periodismo e investigadora principal del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID). Universidad de Zaragoza. Correo electrónico: cmarta@unizar.es

DANIEL MARTÍN PENA

Doctor en Educación por la Universidad de Huelva. Director de Onda Campus. Universidad de Extremadura. Correo electrónico: danimartinpena@gmail.com

Resumen

El artículo expone los resultados de una investigación sobre las emisoras universitarias de España y Portugal realizada en el 2014. El objetivo de la investigación fue conocer las competencias profesionales que adquieren los alumnos tras su paso por las estaciones de radio. La investigación se apoyó en el enfoque de diferentes estudios sobre competencias y perfiles profesionales radiofónicos demandados por el sector de la comunicación y contemplados también en el Espacio Europeo de Educación Superior (Cordeiro, 2005; Lazo, 2009; Perona y Barbeito, 2010; Peinado, Fernández Sande, Rodríguez Barba, Ortiz Sobrino, 2011; Agustín Lacruz, Marta-Lazo & Ubieto, 2013). La metodología se basó en un cuestionario con tratamiento estadístico descriptivo (Montero Lorenzo, 2007). Los resultados reflejan que en estas emisoras se adquieren competencias multidisciplinares y polivalentes para la radio. También revelan que en España existe una fuerte relación entre universidad y radio universitaria, mientras que en Portugal esa relación es bastante menor y apenas participan estudiantes.

Palabras clave: radios universitarias; perfiles profesionales en radio; competencias profesionales en radio; centros de formación

Abstract

The article exposes the results of a research about university radios from Spain and Portugal made in 2014. The main objective was to discover what professional skills students develop after their stay at university radios. The research back up on the focusing of many studies about skills and professional radio profiles demanded by communication sector and had in mind by the European Space for Major Education. (Cordeiro, 2005; Marta-Lazo, 2009; Perona y Barbeito, 2010; Peinado, Fernández Sande, Rodríguez Barba, Ortiz Sobrino, 2011; Agustín Lacruz, Marta-Lazo & Ubieto, 2013). The methodology was based on a descriptive statistical questionnaire (Montero Lorenzo, 2007). The results show that students acquire multidisciplinary and polyvalent skills for radio in these radio stations. Also, they reveal that it exists a strong relationship between University and university radios in Spain, while these relationship is much lower in Portugal, not participating too many students.

Keywords: university radio; professional profiles in radio; radio skills; training centers

Resumo

O artigo expõe os resultados de pesquisa sobre as rádios universitárias de Espanha e Portugal realizada no ano 2014. O objetivo da pesquisa foi conhecer as competências profissionais que adquirem os alunos após seu passo pelas estações de rádio. A pesquisa foi baseada no enfoque de diferentes estudos sobre competências e perfis profissionais radiofónicos exigidos pelo setor da comunicação e referidos também no Espaço Europeu de Ensino Superior (Cordeiro, 2005; Lazo, 2009; Perona e Barbeito, 2010; Peinado, Fernández Sande, Rodríguez Barba, Ortiz Sobrino, 2011; Agustín Lacruz, Marta-Lazo & Ubieto, 2013). A metodologia foi baseada em inquérito com tratamento estatístico descritivo (Montero Lorenzo, 2007). Os resultados revelam que nestas estações adquirem-se competências multidisciplinares e polivalentes para a rádio. Também desvendam que na Espanha existe forte relacionamento entre universidade e rádio universitária, enquanto que em Portugal esse relacionamento é menor demais e dificilmente envolve estudantes.

Palavras-chave: Rádios universitárias; perfis profissionais em rádio; competências profissionais em rádio; centros de formação

La formación de competencias profesionales en los estudiantes de Comunicación Social de las emisoras universitarias en España y Portugal: situación y resultados asimétricos

Introducción

En la última década, las radios universitarias de España y Portugal se han convertido en importantes referencias para los futuros comunicadores. Se trata de emisoras que cuentan con las herramientas tecnológicas necesarias para la producción y emisión de contenidos, en las que los alumnos de los grados de Comunicación encuentran un lugar donde pueden realizar prácticas y adquirir las competencias profesionales que les exige este medio de comunicación. No obstante, su presencia y desarrollo difiere en los dos países.

El movimiento radiofónico universitario en Portugal se reduce a cinco emisoras, mientras que en España existen cerca de treinta radios universitarias. En ambos casos, su análisis puede abordarse desde el punto de vista de sus principios orientadores como vehículos de comunicación de la comunidad universitaria y de su orientación como centros de experimentación para los futuros comunicadores radiofónicos.

En España, el estatus de las emisoras universitarias no está recogido en la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual (2010) y, por tanto, existen serias barreras de acceso a la concesión de permisos de emisión a través de la Frecuencia Modulada (FM). No obstante, la aparición de la web 2.0, los teléfonos inteligentes y los demás

dispositivos propiciados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en tanto soportes de emisión, están permitiendo su consolidación. Este nuevo escenario ha sido favorecido por la tecnología digital y por los soportes de la convergencia mediática, lo cual ha permitido que, en los últimos años, las estaciones de radio universitarias se hayan convertido en un sistema de comunicación alternativa y en centros de entrenamiento para los futuros comunicadores.

En el caso de Portugal, también sus emisoras universitarias están concebidas como campos de difusión científico-cultural y como centros de entrenamiento. Sin embargo, en relación con sus homólogas españolas, la situación es diferente. En España existe una fuerte relación entre la universidad y las radios universitarias, mientras que en Portugal esa relación es bastante menor y apenas participan estudiantes.

Marco contextual y revisión de la literatura científica

Según señala Martín-Pena (2013), las radios universitarias españolas son medios de comunicación que se desarrollaron en apenas una década. De hecho, en el 2000, solo operaban con cierta continuidad cinco emisoras de este tipo. En el 2014, veintisiete estaciones forman parte de la Asociación

de Radios Universitarias Españolas (ARU). En el caso portugués, el origen de las actuales emisoras universitarias se remonta a los años ochenta. En la actualidad, existen cinco experiencias de radio universitaria en Portugal.

A pesar de su reciente implantación en España, las emisiones radiofónicas universitarias han generado una importante literatura científica y han sido objeto de estudio de dos tesis doctorales de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y de la Universidad de Huelva (Vázquez, 2012 y Martín-Pena, 2013).

Contexto histórico: desarrollo en España y Portugal

En 2014 se cumplió el aniversario número cuarenta de las primeras emisiones radiofónicas de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), en España. En un primer momento como uno de los contenidos de la programación de su denominado *Tercer Programa* y, a partir de 1978, como parte de la parrilla de emisión de Radio 3 —el canal de la radio pública dirigido a la audiencia más joven—. El *Tercer programa* de Radio Nacional se creó en 1953 y estuvo funcionando como emisión de carácter cultural y educativo hasta 1979, cuando sus emisiones fueron sustituidas por una nueva

emisora, más joven y alternativa: Radio 3. Según Martín-Pena (2013) estas primeras emisiones de la UNED fueron realmente la primera manifestación de radio universitaria en España. Sin embargo, otros autores prefieren situar el origen del actual modelo de radio universitaria española en algunas experiencias llevadas a cabo por la radio pública y privada, tales como los programas *Tiempo de universidad*, en Radio 3, y *A grifo abierto*, en la Cadena SER, ambos de mediados de los setenta (Ortiz Sobrino, 2012a). La posible discrepancia radica en que las emisiones de la UNED no utilizaban frecuencia de emisión propia; se trataba de emisiones de contenidos educativos emitidos a través de la radio pública estatal. Por el contrario, programas como *Tiempo de Universidad* producían contenidos informativos dirigidos a los universitarios y servían como campos de entrenamiento para los futuros profesionales.

La controversia sobre los orígenes de este tipo de radios en España no finaliza aún. Algunos investigadores ubican el nacimiento de las primeras emisiones universitarias en 1977, con la emisora de los alumnos del Colegio Mayor San Fernando de Tenerife. Sin embargo, los escasos medios y la precariedad de esta emisora invitan a considerarla una emisora libres o comunitaria (Vázquez, 2012 y Martín-Pena, 2013). En 1987 se

creó en la Universidad de Salamanca la primera radio de carácter cultural, orientada a la formación práctica de los alumnos de Comunicación. Sin embargo, Fidalgo (2009) sitúa el 2000 como el punto de surgimiento de la mayor parte de emisoras de radio universitaria en España. En ese año empezaron las primeras experiencias en León, Madrid y otras ciudades españolas.

Algunos autores como Ortiz Sobrino, Rodríguez Barba y Cheval (2014) sitúan el punto de inflexión de la historia de las radios universitarias españolas en 2010, con la creación, en la Facultad de Ciencias de la Información de Madrid, de la Asociación de Radios Universitarias (ARU), promovida por las emisoras que presentaban cierta regularidad en sus emisiones. En la actualidad, la ARU cuenta con cerca de treinta emisoras asociadas, promovidas desde diferentes universidades españolas, de las cuales más de veinticinco han conseguido sortear la crisis económica que estas instituciones sufren desde el 2009.

En lo que se refiere a Portugal, las primeras emisiones universitarias se sitúan en 1986, con el surgimiento de emisoras como la de la Universidad de Trás-os-Montes e Alto Douro (Reia-Baptista, 2011). Más tarde se irían incorporando otras, como la Radio Universitaria do Minho, en 1989, y la Radio Universitaria da Beira Interior, en 2004. La última en incorporarse fue Radio Zero, en el 2006 —aunque en realidad se trata de un laboratorio experimental¹—.

Revisión de la literatura científica

Para la revisión de la literatura científica sobre el desarrollo y estado de la cuestión de las radios universitarias españolas y portuguesas, se tuvieron en cuenta tanto las contribuciones en revistas académicas como las aportaciones de diferentes investigadores en libros y tesis doctorales. Además, como el objetivo de la investigación estaba relacionado con la pregunta por la adquisición de las competencias profesionales de los futuros comunicadores, se hizo una revisión de los textos científicos en torno a esta cuestión y desde una

perspectiva universitaria y profesional.

Publicaciones e investigaciones en radio universitaria. En relación con las contribuciones en revistas científicas, algunos textos de referencia han permitido contextualizar la estructura y el desarrollo de estas emisoras en España (Chaparro, 2008; Fidalgo Díez, 2009; Durán Mañes, 2011). Desde la perspectiva de los contenidos de las emisiones universitarias, destacamos el trabajo de Álvarez Villa y Ramírez Queralt (2005), el de González Conde (2002) y los de Aguilera, Farias y Baraybar (2010).

En el ámbito de las revistas académicas, un monográfico de la *Revista de Educación Mediática y de las TIC* (Edmetic) dedicó su tercer número, coordinado por Marta-Lazo y Martín-Pena (2014), a analizar el estado de la cuestión y la realidad de las emisoras universitarias. En él se encuentran contribuciones de los principales investigadores españoles, europeos y latinoamericanos que vienen analizando la actividad radiodifusora promovida desde el seno de la universidad (Martín-Pena; Ortiz Sobrino; Lazo; González Mairena; Casajús; Aguaded Gómez; Contreras Pulido; Segura, y Gaviria, entre otros).

En cuanto al aporte de estas emisoras a la innovación educativa, Peinado (2013) y otros investigadores de la Universidad Complutense de Madrid han informado sobre propuestas que se han hecho en los últimos años en este sentido.

De igual manera, pueden citarse algunos libros colectivos promovidos desde la Asociación de las Radios Universitarias de España (Aguaded Gómez y Contreras Pulido, 2011; Espino y Martín-Pena, 2012; Contreras Pulido y Parejo-Cuéllar, 2013; y Martín-Pena y Ortiz Sobrino, 2014) en los que se encuentran claves para el conocimiento científico sobre la radios (Perona, 2012; Fidalgo Díez, 2012; Aguaded Gómez y Contreras Pulido, 2011; Lazo y Segura, 2012). Otras obras colectivas (Ortiz Sobrino, Salgado y Cavadas, 2014; López Vidales y Ortiz Sobrino, 2011) y contribuciones en congresos científicos (Lazo y Segura, 2011; Vázquez, 2010), así como el trabajo de Zallo (2010), el de García García (2013) y el de Ortiz Sobrino

(2014) pueden ayudar a contextualizar la radio universitaria española en lo que a su papel en el Tercer Sector de la Comunicación respecta².

Por último, destacamos las tesis doctorales sobre la radio universitaria en España de González Conde (2002), Vázquez (2012) y Martín-Pena (2013).

Respecto a la radio universitaria en Portugal, la obra de Cordeiro (2005) puede servir de apoyo para dibujar un marco general de la experiencia radiofónica universitaria. Por su parte, las contribuciones de Teixeira, Perona y Daher (2010) y Mendonça (2009) ayudan a contextualizar las emisiones en Internet (*webcasts*) universitarias portuguesas, mientras que Reia-Baptista (2011) aporta al análisis de sus audiencias.

Las competencias profesionales de la radio en la península ibérica

Los perfiles y competencias profesionales de la radio han sido abordadas en España desde los primeros años del siglo XXI (Ortiz Sobrino y Cuesta, 2004; Ortiz Sobrino, 2007, 2009, 2013; López Vidales y Ortiz Sobrino, 2011; Agustín Lacruz, Lazo y Ubieta, 2013). En relación con la convergencia mediática, se encuentran referencias a este tema en autores como Scolari, Micó Sanz, Navarro Guere y Pardo Kuklinski (2008), García González (2009), Perona y Barbeitio (2010) Pérez Tornero y Giraldo (2010), Vinader Segura (2011), Vivar Zurita (2011) y Rico Jerez (2012).

La adecuación de la formación universitaria a la adquisición de competencias profesionales ha sido objeto de un monográfico de la revista *ICONO14*, dedicado a la reconversión de la formación en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) (Lazo, 2009; Jiménez y Moncholi, 2009).

Además de la contribución de estos investigadores, *El Libro Blanco de los Grados de Comunicación* origina, define y la clasifica las competencias profesionales para la radio. Este libro fue realizado por una red de universidades españolas apoyadas por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación española (ANECA), con

el objetivo de proponer contenidos y supuestos prácticos para el diseño de los títulos universitarios adaptados al EEES.

En todo caso, sobre este tema existen otros documentos que no pertenecen a la literatura científica, pero que son imprescindibles para entender la adquisición de las competencias profesionales en el medio radiofónico —entre ellos, los convenios colectivos de Unión Radio, RTVE y Deloitte Consultores—.

Objetivos y metodología de investigación

El objetivo principal de la investigación es conocer las competencias profesionales adquiridas por los alumnos de los diferentes grados en Comunicación —Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad— tras su paso por las emisoras universitarias españolas y portuguesas, ya sea en su condición de estudiantes que participan de la programación para poner en práctica aspectos de alguna de las asignaturas de su grado o como alumnos que colaboran de manera voluntaria.

Al objetivo principal se suman dos complementarios: por un lado, conocer el tipo y la forma de participación de los estudiantes en las emisiones y, por otro, saber si la existencia de las radios universitarias está condicionada por el tipo de grado en Comunicación impartido por la Universidad a la que pertenece la emisora.

Finalmente y de forma complementaria, se busca averiguar el porcentaje de emisoras universitarias que dependen del rectorado, de las facultades o de otros estamentos.

Metodología y herramientas

La metodología empleada se basa en una revisión de literatura científica y en un cuestionario con veinte preguntas, cumplimentado por los directores y ciento treinta colaboradores de trece de las veintiséis emisoras universitarias españolas en cuestión. La investigación se apoyó en diferentes estudios sobre competencias y perfiles profesionales radiofónicos contemplados en el Espacio Europeo de Educación Superior y demandados

en el ámbito profesional (Cordeiro, 2005; Lazo, 2009; Perona y Barbeito, 2010; Peinado et al., 2011; Agustín Lacruz et al., 2013; Ortiz Sobrino, 2013).

El trabajo de campo fue realizado entre febrero y julio del 2014, previa revisión de la literatura científica que permitió contextualizar tanto el diseño del cuestionario como la selección de la muestra. Por último y siguiendo los fundamentos teóricos de Montero Lorenzo (2007), se utilizaron técnicas estadísticas descriptivas para dimensionar los resultados que revelan los datos recopilados.

De manera similar se procedió con las seis emisoras universitarias portuguesas. Sin embargo, conviene poner de manifiesto la baja correlación estructural entre esas radios y la propia universidad, ya que es un factor que explica la escasa presencia de estudiantes en sus emisiones. Solo el 70% de estas emisoras están vinculadas administrativamente a algún departamento o asociación de carácter universitario. Esta situación condicionó el desarrollo y los resultados de la investigación, dado que la muestra de alumnos se vio reducida. Además, no existía una capacitación profesional programada desde las universidades en algunas de las emisoras y, de hecho, solo una de ellas –Radio RUBI– funciona con un modelo similar al español.

En los cuestionarios utilizados para la investigación se recogieron dos tipos de pregunta: una de carácter general, relacionada con la participación del alumno, los grados de Comunicación ofertados por cada universidad donde está ubicada la emisora, y el tipo de gestión; otra, más específica y de múltiple respuesta, se centró en las competencias concretas adquiridas por los alumnos tras su paso por la emisora. En este segundo tipo de pregunta se especificó la especialidad formativa del alumno –Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas–. El abanico de competencias evaluado abarcó tanto los aspectos relacionados con la operación de los equipos y la realización de los programas como los temas que afectan el dominio de las técnicas de elaboración de contenidos y el manejo de las fuentes informativas.

Trabajo de campo

La recolección de datos y el análisis de las emisoras que sirvieron de muestra para la investigación se realizaron entre febrero y julio del 2014. En el caso de España, el trabajo de campo se realizó en trece emisoras universitarias. En Portugal, dado el escaso número de radios universitarias, se seleccionaron las cinco existentes. En la siguiente tabla aparecen las emisoras portuguesas sobre las que se trabajó en la investigación (Tabla 1).

Tabla 1. Emisoras universitarias portuguesas.

Rádios universitarias portuguesas
Rádio Universitária de Coimbra (RUC) (Universidade de Coimbra)
Rádio Universitária do Marão (RUM) (Universidade de Trás. e Alto Douro)
Rádio Universitária do Minho (Universidade do Minho)
Rádio Universitária do Algarve (RUA) (Universidade do Algarve)
Rádio Universitária Beira do Interior (RUBI) (Universidade da Beira do Interior)

Fuente: elaboración propia

Las trece radios universitarias españolas que fueron objeto de estudio aparecen en la tabla 2.

Tabla 2. Radios universitarias españolas analizadas.

Radio universitarias españolas
InfoRadio (Universidad Complutense de Madrid)
98.3 Radio (Universidad de Navarra)
Europea Radio (Universidad Europea de Madrid)
UPV Ràdio (Universitat Politècnica de València)
Vox UJI Ràdio (Universitat Jaume I)
OndaCampus Radio (Universidad de Extremadura)

Radio universitarias españolas
Radio CEU Valencia (Universidad CEU Cardenal Herrera)
UMH Radio (Universidad Miguel Hernández)
iRadio UCAM (Universidad Católica San Antonio de Murcia)
OnCEU Radio (Universidad CEU San Pablo)
Radio UniZar.es (Universidad de Zaragoza)
Radio Universitat (Universitat de València)
Radio Universidad (Universidad de Salamanca)
Fuente: elaboración propia

La formación de competencias profesionales en los estudiantes de Comunicación y la innovación educativa en las emisoras universitarias de España y Portugal

Varios investigadores se han referido a las radios universitarias como campo de entrenamiento y adquisición de competencias profesionales de los futuros comunicadores (Ortiz Sobrino, Salgado y Cavadas, 2014; Lazo y Segura Anaya, 2014; Martín-Pena, 2013; Aguaded y Martín-Pena, 2013; Aguaded y Contreras, 2011). Según ellos, estas emisoras son un laboratorio de prueba para los estudiantes de Comunicación. Allí, pueden experimentar con nuevos formatos radiofónicos y redefinir los procesos productivos de la industria radiofónica desde una perspectiva de la organización y la distribución de los contenidos. De esta manera, las radios universitarias satisfacen una de las principales motivaciones de los alumnos para estudiar los distintos grados de Comunicación, entre las que se destaca la formación práctica que los prepara para ejercer la profesión (Ortiz Sobrino, 2012b, p. 666). Piñeiro-Otero y Ramos (2011) citan algunos estudios que ponen de manifiesto la importancia de las emisoras universitarias para el entrenamiento de los futuros comunicadores. De hecho, muchas de ellas fueron creadas para dar a las facultades de Comunicación un aire profesional que fomente el desarrollo de competencias en sus alumnos, a través de la familiarización con

procesos de producción similares a los que se van a encontrar en el futuro. En ese sentido, este tipo de emisoras ofrecen a los alumnos 'simulaciones profesionales', similares a lo que luego encuentran en las radios no-universitarias (Ortiz Sobrino, Salgado y Cavadas, 2014). Se trata de un lugar donde los alumnos desarrollan actividades de periodismo, locución, investigación musical y experimentación en el campo del lenguaje y formatos radiofónicos. Las competencias profesionales adquiridas por los alumnos en las emisoras universitarias inciden en su dominio de las herramientas tecnológicas para la producción de contenidos y en el conocimiento de los procesos productivos de la radio. En definitiva, es una formación de competencias que desemboca en una adecuada configuración del perfil profesional del futuro comunicador.

Pero no se trata solamente de que los potenciales comunicadores adquieran competencias que les permitan conocer la tecnología y los procesos de elaboración y puesta en antena de los contenidos radiofónicos: últimamente, algunos autores han reclamando a las radios universitarias competencias para sus profesionales, unas que les permitan promover una ciudadanía crítica y participativa (Contreras Pulido, González Mairena, Aguaded Gómez, 2014). En ese mismo sentido, Peinado et al. (2011, 2013) han puesto de manifiesto que, en el actual entorno del Espacio Europeo de Educación Superior, los estudiantes deben aprender a tomar decisiones, planificar su tiempo, comunicarse con sus compañeros y manejar conflictos. El conocimiento de la dimensión empresarial de la radio universitaria permite al estudiante integrarse profesionalmente con mayor eficacia en el mercado laboral y, sobre todo, le proporciona alternativas para encontrar oportunidades laborales.

Resultados

Los resultados de investigación arrojan que, primero, las radios universitarias españolas encuentran su razón de ser en tanto centros de experimentación y capacitación de los estudiantes de Comunicación, independientemente del grado impartido por la Universidad que la patrocina. La tipología del grado

en Comunicación —Periodismo, Comunicación Audiovisual, o Publicidad y Relaciones Públicas— no condiciona implantación y actividad. De hecho, los grados cursados en las distintas facultades de Comunicación a la que pertenecen las emisoras analizadas no son siempre los mismos: en once de las trece emisoras, que corresponden al 85% de la muestra, la universidad a la que pertenece imparte estudios de Comunicación Audiovisual. En diez de estas radios, el 77% de la muestra, cuenta con los estudios en Periodismo. Solo siete emisoras pertenecen a una universidad que imparte el grado de Publicidad y Relaciones Públicas. En otras cinco universidades que cuentan con emisora se imparten nuevas disciplinas vinculadas a esta área de conocimiento, según refleja la tabla 3.

Tabla 3. Estudios ofertados por la Universidad.



Fuente: elaboración propia

En segunda instancia, se encontró que las prácticas académicas suelen ser habituales cuando la dependencia orgánica de la emisora recae en órganos de gobierno de la Facultad de Comunicación en cuestión. Su vinculación con centros que imparten grados en Comunicación propicia la participación de sus estudiantes. En la tabla 4 se puede observar los grados de Comunicación que aportan alumnos a las prácticas en las emisoras.

Tabla 4. Radios universitarias y grados en Comunicación.

Emisora	Periodismo	Comunicación Audiovisual	Publicidad/ RRPP
InfoRadio	x	x	x
98.3 Radio	x	x	x
Europea Radio	x	x	x
UPV Ràdio		x	
Vox UJI Ràdio	x	x	x
OndaCampus Radio		x	
Radio CEU Valencia	x		
UMH Radio	x	x	x
iRadio UCAM	x	x	x
OnCEU Radio	x	x	x
Radio UniZar.es	x		
Radio Universitat	x	x	
Radio Universidad de Salamanca		x	

Fuente: elaboración propia

Cuando no existe esa vinculación orgánica, la participación de los estudiantes es voluntaria y les sirve para acreditar su experiencia en el medio —aunque no reciben un reconocimiento académico—. Esta es la situación más habitual entre las emisoras gestionadas por los órganos de gobierno de la universidad (Tabla 5).

Tabla 5. Tipo de gestión de emisoras universitarias en España.

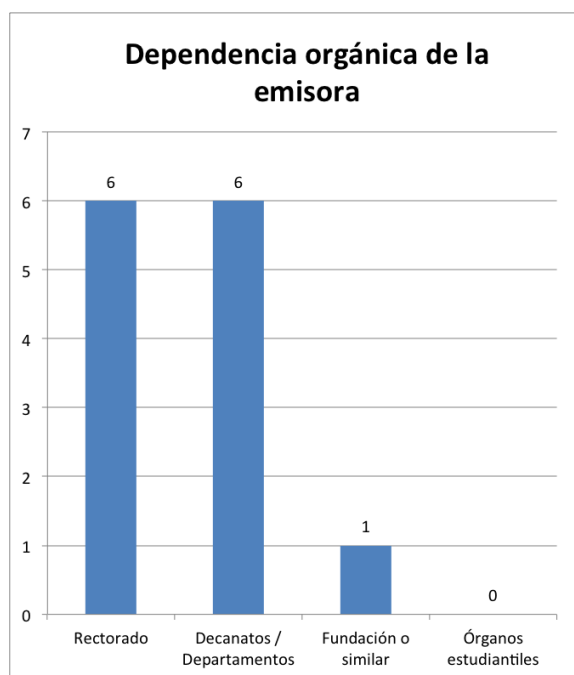
Emisoras gestionadas por el rectorado	Emisoras gestionadas por facultades/departamentos
98.3 Radio (Universidad de Navarra)	InfoRadio (Universidad Complutense de Madrid)
UPV Ràdio (Universitat Politècnica de València)	Europea Radio (Universidad Europea de Madrid)

Emisoras gestionadas por el rectorado	Emisoras gestionadas por facultades/departamentos
Vox UJI Ràdio (Universitat Jaume I)	Radio CEU Valencia (Universidad CEU Valencia)
UMH Radio (Universidad Miguel Hernández)	Radio UniZar (Universidad de Zaragoza)
Radio Universitat (Universitat de València)	iRadio UCAM (Universidad Católica San Antonio de Murcia)
Radio Universidad (Universidad de Salamanca)	OnCEU Radio (Universidad CEU San Pablo)

Fuente: elaboración propia

El porcentaje de emisoras que dependen de los órganos de gobierno de la Universidad y de las Facultades o Departamentos es casi el mismo. Onda Campus es la única iniciativa gestionada desde una fundación o institución universitaria —por la Fundación Universidad-Sociedad de Extremadura—. Ninguna de las radios analizadas está administrada por asociaciones estudiantiles, tal como se observa en la tabla 6.

Tabla 6. Dependencia orgánica de la emisora.



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, encontramos que las prácticas profesionales en las radios universitarias españolas son un complemento a la formación competencial de los estudiantes de los grados en Comunicación. Se encontraron cuatro modelos de participación del alumnado en las prácticas desarrolladas en estas emisoras:

- Prácticas docentes regladas.
- Prácticas voluntarias.
- Realización de programas propios con otros estudiantes.
- Participación en programas propuestos desde la propia emisora.

El 93% de las colaboraciones de los estudiantes se realiza en un sistema de prácticas docentes regladas de asignaturas asociadas al campo de la radio. El mismo porcentaje corresponde a la participación mediante la incorporación de los alumnos a programas propuestos por la propia emisora, pero que son independientes del programa académico del alumno.

De igual manera, en ocasiones los propios alumnos o investigadores proponen sus propios programas. En este tipo emisiones puede participar cualquier persona de la institución o de las asociaciones estudiantiles.

Los resultados también ponen de manifiesto que la capacitación que ofrecen las emisoras universitarias es multidisciplinar y polivalente. Su objetivo es preparar a los futuros radiofonistas en un entorno de trabajo similar al que se encontrarán cuando salgan al mercado laboral (Ortiz Sobrino, 2013). No obstante, se trata de una formación competencial que ofrece cierta singularidad según el Grado en Comunicación al que el alumno está asociado —Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas—.

En las universidades que no ofrecen los tres grados en Comunicación es muy común que los alumnos adquieran destrezas propias del ámbito periodístico, publicitario y técnico. Sin embargo, en aquellas donde sí se ofrecen estas tres especialidades, las competencias adquiridas suelen estar más directamente relacionadas con la

especificidad de sus estudios, aunque no por ello dejan de adquirir las competencias transversales que afectan a todas ellas.

Los datos de la investigación indican, además, que los estudiantes de Periodismo reciben una formación multidisciplinar que les faculta para elaborar contenidos, realizar programas y operar equipos.

Las competencias que adquieren los alumnos de Periodismo en su periodo de prácticas se resumen en las siguientes:

- Capacidad para consultar fuentes informativas.
- Dominio de técnicas de elaboración de informaciones.
- Capacidad de poner en antena los contenidos radiofónicos.
- Habilidad para elaborar contenidos multimedia para web, móvil o redes sociales.
- Dominio de técnicas de edición y montaje de contenidos.
- Conocimiento y operación de equipos para la realización de programas.
- Capacidad para la elaboración y producción de contenidos radiofónicos para el entretenimiento.

Por su parte, los alumnos de Comunicación Audiovisual adquieren las siguientes competencias profesionales :

- Dominio de las técnicas de realización.
- Adquisición de técnicas de emisión a través de ondas hertzianas, web, móvil y redes sociales.
- Dominio de las técnicas de elaboración de contenidos radiofónicos.
- Capacidad de elaborar contenidos multimedia para la web, el móvil o las redes sociales.
- Habilidad para la presentación y puesta en antena de los contenidos elaborados.
- Capacitación en técnicas de operación, edición y montaje de contenidos.
- Conocimiento y operación de equipos para la realización de programas.
- Dominio de las técnicas de elaboración de programas informativos.

- Capacidad de elaborar y producir contenidos radiofónicos para el entretenimiento.

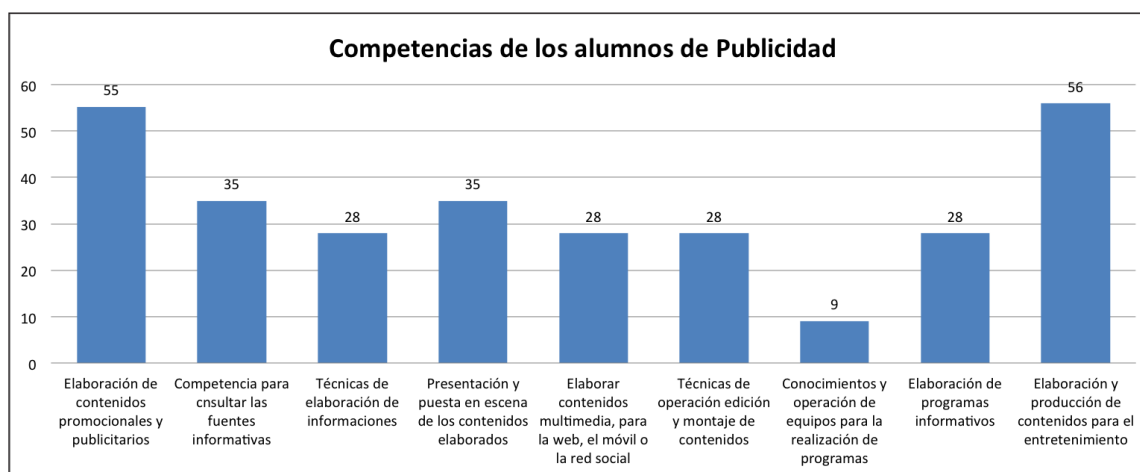
En el caso de los alumnos de Comunicación Audiovisual, las destrezas adquiridas en su paso por las emisoras universitarias están mayoritariamente relacionadas con el dominio de técnicas de realización, de operación de equipos, edición y montaje sonoro. Sin embargo, no se dejan de lado otras competencias relativas al diseño y la elaboración de contenidos radiofónicos, así como a la producción y la presentación de programas.

Igualmente, se identificó una relativa importancia de las competencias que permiten elaborar materiales multimedia para redes sociales y web. También es importante la adquisición de técnicas de emisión por ondas, Internet o dispositivos móviles.

Las competencias adquiridas por los estudiantes del grado de Publicidad se centran mayoritariamente en el dominio de técnicas de elaboración de contenidos publicitarios y promocionales. También se destacan otras que capacitan al alumno para elaborar programas de entretenimiento y producir contenidos multimedia para la web y las redes sociales (tabla 10).

De las estaciones universitarias portuguesas, solo cinco fueron localizadas en el 2014 ya que, como hemos dicho ya antes, dada la naturaleza comunitaria de Rádio Zero, la excluimos de este grupo —aunque está radicada en la sede universitaria del Instituto Superior Técnico—. El 60% de las emisoras están gestionadas por la universidad que las acoge o por asociaciones creadas expresamente para su implantación y desarrollo. Así, por ejemplo, la Radio Universitaria de Minho (RUM) funciona como un organismo autónomo gestionado por la Associação Académica da Universidade do Minho. Por su parte, la Radio Universitaria de Beira Interior (RUBI) depende de forma directa de los estudios del área de Comunicación y a través del LabCom (Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online), un proyecto académico dedicado a la investigación en Ciencias de la Comunicación. El denominador común de todas las emisoras es la escasa participación de estudiantes en su programación.

Tabla 10. Competencias de los alumnos de Publicidad.



Fuente: elaboración propia

Panorama actual de las radios universitarias portuguesas

Radio Universitaria del Algarve (RUA)

Esta emisora ofrece a los alumnos la posibilidad de realizar estancias prácticas voluntarias anuales. Los estudiantes reciben formación específica para dominar las técnicas de elaboración de programas y capacitaciones en técnicas de realización, edición de sonido y emisión en directo.

Universidade FM

En ella se ofrece formación práctica para los alumnos universitarios y de escuelas secundarias. La emisora capacita a los alumnos de comunicación en técnicas de periodismo radiofónico y manejo de equipos para la producción de programas.

Radio Universitaria de Coimbra (RUC)

La emisora ofrece al alumnado tres cursos especializados e independientes de la universidad: Locución y realización; Información, y Técnica y mantenimiento.

Radio Universitaria do Minho (RUM)

La formación que se imparte en la Radio Universitaria do Minho (RUM) se plasma en acciones

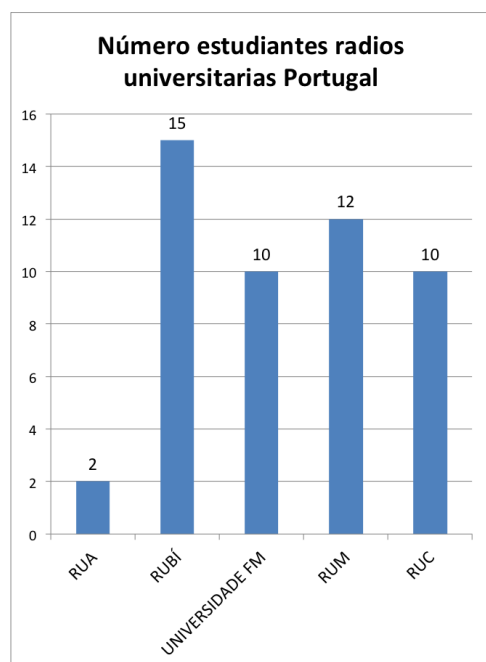
dirigidas a la adquisición de destrezas para ejercer el periodismo radiofónico. Forma a los estudiantes en técnicas de locución radiofónica y producción de podcasts.

Radio RUBI

La emisora Radio RUBI es quizás la que más se asemeja a la realidad de la mayoría de emisoras universitarias españolas, ya que las prácticas de los alumnos de la Universidad de Beira Interior están ligadas a esta emisora a través de LabCom. Los estudiantes de tercer curso del grado en Ciencias de la Comunicación son los encargados de realizar el programa *Radio Universidad*, emitido por la emisora regional Radio Cova da Beira. Las competencias profesionales adquiridas se relacionan con técnicas de presentación y elaboración de programas, así como el dominio de su producción y puesta en antena. Radio RUBI es la única de las radios analizadas que no tiene licencia FM y, por tanto, su emisión es en línea y podcast.

En el caso de Portugal, hay que resaltar el escaso número de estudiantes que participan de ella —no supera el número los 15 por emisora, en el caso de los alumnos de grados en Comunicación (tabla 11).

Tabla 11. Número de estudiantes en radio universitarias de Portugal.



Fuente: elaboración propia

Esta cifra habla del el poco trasvase que se produce entre las universidades y la radio universitaria, contrario a lo que sucede en las radios universitarias españolas, donde el número de colaboradores y de alumnos en prácticas docentes regladas es bastante superior.

Discusión de los datos

Es indudable que las radios universitarias son un servicio público en tanto que sirven como campo de entrenamiento para los nuevos comunicadores egresados de las Facultades de Comunicación. Por ello, puede decirse que se trata, desde el punto de vista epistemológico, de un “aprendizaje servicio” (Lazo y González Aldea, 2012). El paso de los estudiantes por las instalaciones de la radio sirve como ejercicio de entrenamiento antes de incorporarse al mundo profesional. Sin embargo, estas emisoras deben ir un paso más adelante y ofrecer mayores posibilidades laborales a los estudiantes, promoviendo su acercamiento al tejido radiofónico de su localidad. En este sentido, a lo largo de la investigación se identificó la necesidad de que estas

emisoras también actúen como intermediarias ante las radios convencionales para conseguir becas o contratos para los estudiantes que pasan por cada una de ellas. De esta manera, se podría promover el trabajo que realizan en favor de la formación de los futuros radiofonistas y ofrecer posibilidades laborales reales al integrar a los alumnos en el sector productivo. Ello, sin duda, facilitaría su definitiva inserción laboral.

Conclusiones

La capacitación profesional es una de las premisas ligadas directamente a la razón de ser de las emisoras universitarias, especialmente en aquellas universidades donde se imparten grados en Comunicación. En ellas, se ofrece una formación práctica a los estudiantes que les permite adquirir competencias profesionales que luego les ayudarán a insertarse en el mercado laboral.

Las competencias adquiridas son multidisciplinares y dan respuesta a la polivalencia exigida actualmente por la industria radiofónica. Esta es una realidad que se repite en las emisoras de España y Portugal, aunque el nivel de implementación y el número de estudiantes que participan de ellas es diferente en los dos países.

La formación competencial en las radios universitarias españolas no es homogénea. En las Universidades donde no se ofrecen los tres grados en Comunicación —Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad— es muy común que los alumnos adquieran destrezas tanto del ámbito periodístico como del publicitario y técnico. Sin embargo, en las universidades que ofrecen los tres grados, las competencias adquiridas suelen estar más directamente relacionadas con la especificidad de sus estudios, aunque también adquieren otras transversales a todos los grados en Comunicación.

Tampoco hay uniformidad a la hora de canalizar la colaboración de los estudiantes. En unos casos, las estaciones universitarias organizan su participación en coordinación directa con los Departamentos y Facultades de Comunicación, de tal manera que los alumnos pasan directamente a la emisora para realizar prácticas regladas por

los propios planes de estudio de las distintas especialidades contempladas por la universidad. Sin embargo, en otros casos, la participación de los estudiantes es totalmente voluntaria.

En las radios de ámbito académico superior, los alumnos de los grados en Comunicación tienen una oportunidad para experimentar nuevos formatos y técnicas para la comunicación radiofónica.

Referencias

- Aguaded Gómez, J. I. y Martín-Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui*, 124, 63-70.
- Aguaded J. I. y Contreras, P. (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. La Coruña: Netbiblo.
- Aguilera, M., Farias, P. y Baraybar, A. (2010). La comunicación universitaria: modelos, tendencias y herramientas para una nueva comunicación con sus públicos. *Revista ICONO14*, 8(2), 90-124.
- Agustín Lacruz, M., Marta-Lazo, C. y Ubieta, M. (2013). *Perfiles profesionales y espacios de empleo en Información y Comunicación*. Madrid: ICONO14.
- Álvarez Villa, A. y Ramírez Queralt, A. (2005). Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación. II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria. I Encuentro Iberoamericano de Radios Universitarias. Universidad de Granada. Recuperado de <http://dialogo.ugr.es/cicu2005/com/com-36.pdf>
- Contreras Pulido, P., González Mairena, M. y Aguaded Gómez, J. I. (2014). Programar una radio social en la universidad: el propósito de Penélope de UniRadio. *Revista EDMETIC*, 3(1), 112-130.
- Contreras Pulido, P. y Parejo Cuellar, M. (Eds.) (2013). + *Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias*. Salamanca. Comunicación Social.
- Cordeiro, P. (2005). Experiências de rádio produzidas para e por jovens: o panorama português das rádios universitárias. En *II Congresso Iberoamericano de Comunicação Universitaria*. España, Granada.
- Chaparro, M. (2008). Los escenarios europeo y latinoamericano: medios comunitarios y ciudadanos. *Telos*, 74, 143-148.
- Durán Mañes, A. (2011). Las escasas posibilidades de la radio sin ánimo de lucro ante la Ley General Audiovisual. La incomprensible marginación de las emisoras universitarias públicas. *Revista DERECON*, 6. Recuperado de <http://dialogo.ugr.es/cicu2005/com/com-36.pdf>.
- Fidalgo, D. (2009). Las radios universitarias en España: transformación al mundo digital. *Telos*, 80, 124-137.
- Fidalgo Diez, D. (2012). Los dispositivos móviles marcaron la nueva forma de escucha de las radios universitarias en el inicio de la segunda década del siglo XXI. En C. Espino y D. Martín-Pena (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona: UOC.
- García García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *AdComunica*, 5, 111-131. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.8>
- García González, A. (2009). Radio digital e interactiva: formatos y prácticas sociales. *Revista ICONO14*, 15, 133-146.
- González Conde, J. (2001). *Información universitaria en la radio pública. Radio 5-Todo Noticias* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/tesis/19972000/S/3/S3030301.pdf>
- González Conde, J. (2002). Las radios universitarias información local de primera línea. En R. López, F. Fernández y A. Durán (Coords.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 561-570). Castellón: UJI.
- Jiménez Martín, S. y Moncholi, M. A. (2009). La adecuación de la docencia de la radio y la televisión en los postulados de Bolonia. *Revista ICONO14*, 7(3).

- López Vidales, N. y Ortiz Sobrino, M. A. (2011). Viejas nomenclaturas, nuevas competencias. Perfiles profesionales en la radio española. *Telos*, 87. Recuperado de http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Dossier/DetalleArticuloTELOS_87TELOS_DOS-SIER2/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011051109490001&activo=6.do
- Marta-Lazo, C. y Segura, A. (2014). Radios universitarias y redes sociales: modelos de gestión y perfiles de usuario. *Historia y comunicación social*, 19, 341-354.
- Marta-Lazo, C. y Martín-Pena, D. (2014). Investigación en radio universitaria: presente, pasado y futuro. *EDMETIC*, 3(1), 8-25.
- Marta-Lazo, C. y Ortiz Sobrino, M. A. (2013). Gestión de los fondos documentales en Radio Nacional de España. *El profesional de la información*, 2(5), 399-403.
- Marta-Lazo, C. y Segura, A. (2012). Emisoras universitarias en la web 3.0: programación y contenidos. En C. Espino y D. Martín-Pena (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (pp. 103-125). Barcelona: UOC.
- Marta-Lazo, C. y González Aldea, P. (2012). El aprendizaje-servicio, una herramienta para el desarrollo profesional de la responsabilidad social del periodista. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 577-588.
- Marta-Lazo, C. y Segura, A. (2011). La radio educativa en la era del dial infinito. En M. Gértrudix y F. Gértrudix (Eds.), *Actas del II Congreso Internacional Sociedad Digital: espacios para la interactividad y la inmersión* (pp. 341-355). España: Icono 14 Asociación Científica.
- Marta-Lazo, C. (2009). El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES: presentación. *ICONO14*, 7(3), 1-7.
- Ley 7/2010. Ley General de la Comunicación Audiovisual. Madrid, España, 31 de marzo de 2010
- Martín-Pena, D. (2013). Radios universitarias en España: plataformas de comunicación interactivas y redes de colaboración (Tesis doctoral). Universidad de Huelva, España.
- Martín-Pena, D. y Ortiz Sobrino, M. A. (Eds.) (2014). *Perspectivas de las radios universitarias en el mundo*. Madrid: Fragua.
- Mendonça, M., Perona, J. J. y Daher, M. (2010). A rádio web universitária como modalidade educativa audiovisual em contexto digital: Os casos da Espanha e Portugal. En N. Pretto y S. Tosta (Coords.), *Do MEB a Web: O rádio na Educação* (pp. 175-192). Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- Mendonça, M. (2009). *Análise do uso da rádio web como uma interface dinamizadora da prática educativa: Estudo de Caso da RUM* (Tesis de maestría). Instituto de Educação, Universidade do Minho, Braga.
- Montero Lorenzo, J. M. (2007). *Estadística descriptiva*. Madrid: Paraninfo.
- Ortiz Sobrino, M. A., Salgado Santamaría, C. y Cavadas Gormaz, M. J. (2014). Las radios universitarias españolas en la convergencia digital. En J. Sierra (Coord.), *Miscelánea sobre el entorno audiovisual 2014*. Madrid: Fragua.
- Ortiz Sobrino, M. A., Rodríguez Barba, D. y Cheval, J. J. (2014). La radio universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispanofrancesa. *EDMETIC*, 1(3), 61-86.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2014). La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del Tercer Sector en España y Francia. *Comunicación y Hombre*, 10.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2013). Periodistas para la radio y la televisión de la convergencia multimedia: la puesta en valor de la polivalencia. En M. Agustín, M. Lazo y M. Ubieta (Coords.), *Perfiles profesionales y espacios de empleo en el ámbito de la Comunicación*. Madrid: ICONO14.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2012a). Prólogo. En C. Espino y D. Martín-Pena (Eds.), *Las radios universitarias más allá de la radio*. Barcelona: UOC.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2012b). Principales señas de identidad de los estudiantes de Comunicación en el EEES de la Comunidad de Madrid:

- expectativas, perfil de opción y relaciones mediáticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(2), 661-670. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40945
- Ortiz Sobrino, M. A. y López Vidales, N. (2011). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos*. Madrid: Fragua.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2009). La reconversión de la formación en comunicación desde el EEES. *ICONO14*, 7(3), 35-49. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v7i3.301>
- Ortiz Sobrino, M. A. (2007). El profesional de la radio en la era digital. En C. Peñafiel (Ed.), *Transformaciones de la radio y la televisión digital en Europa* (pp. 101-109). Bilbao: UPV-EHU
- Ortiz Sobrino, M. A. y Cuesta, J. (2004). *La radio digital nuevos perfiles profesionales*. Madrid: IORTV.
- Peinado, F., Fernández Sande, M. y Rodríguez Barba, D. (2013). Aprendizaje e innovación: una propuesta desde la empresa informativa. *Revista Latina de Comunicación*, 68(2), pp. 119-143.
- Peinado, F., Fernández Sande, M., Rodríguez Barba, D. y Ortiz Sobrino, M.A. (2011). Hacia un aprendizaje activo de la empresa informativa en el EEES: aplicación del podcasting y otras herramientas de comunicación 2.0. *Razón y Palabra*, 75.
- Pérez Tornero, J. M. y Giraldo, S. (2010). El ciberperiodismo en la Web 2.0: concepciones, perfiles y habilidades del periodista en la red social. En M. Cebrián (Ed.), *Desarrollos del periodismo por Internet* (pp. 17-40). Madrid: Comunicación Social.
- Perona, J. J. y Barbeito, M. J. (2010). Perfiles profesionales. *Telos*, 84.
- Perona, J. J. (2012). Las radios universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha. En C. Espino y D. Martín-Pena (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (pp. 37-52). Barcelona: UOC.
- Piñeiro, M. T. y Ramos, F. (2011). Potencialidades educativas de las webradios universitarias: una aproximación desde la perspectiva de docentes y discentes. *Redmarka*, 6, 85-112.
- Reia-Baptista, V. (2011). Públicos e rádio: As audiências universitárias. En J. I. Aguaded y P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 62-69). La Coruña: Netbiblo.
- Rico Jerez, M. (2012). Periodista multimedia interactivo: eje de los grupos de comunicación españoles. *Cuadernos de Información*, 31. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/971/97124883009.pdf>
- Scolari, C. A., Micó Sanz, J. L., Navarro Guere, H. y Pardo Kuklinski, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Zer*, 25.
- Teixeira, M., Perona Pérez, J. J. y Daher, M. (2010). A rádio web universitária como modalidade educativa audiovisual em contexto digital. Os casos da Espanha e de Portugal. En Pretto y S. Tosta (Orgs.), *Do MEB à WEB. O Rádio na Educação* (pp. 175-194). Belo Horizonte: Autêntica.
- Vázquez, M. (2012). *La radio universitaria en México y España. Estudio de participación y formación de los jóvenes* (Tesis doctoral). Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- 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 Investigadores de la Comunicación. Málaga, España.
- Vinader Segura, R. (2011). Competencias digitales. El impacto de la Web 2.0 en los perfiles profesionales del sector audiovisual. *Telos*, 87. Recuperado de http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011051110220001&activo=6.do

Vivar Zurita, H. (2011). TIC, Internet y el sector de la comunicación. Nuevos perfiles profesionales para una comunicación digital. *Telos*, 87.

Zallo, R. (2010). La política de comunicación audiovisual del Gobierno Socialista (2004-

2009): un giro neoliberal. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html

Notas

1. Radio Zero es una emisora en línea radicada en el Instituto Superior Técnico, sin ánimo de lucro y de índole comunitaria, que tiene como objetivo fomentar la experimentación y el desarrollo del arte sonoro. Por su perfil de radio comunitaria, la dejamos fuera de la tipología de radio universitaria.
2. Los medios del Tercer Sector de la Comunicación constituyen una oferta informativa y de participación dirigida a colectivos sociales de proximidad. Están promovidos desde los diferentes estamentos de la sociedad y son considerados alternativos a los medios convencionales. En el caso de la radio, están representados por las denominadas radios comunitarias, las radios libres, las radios asociativas y las culturales y universitarias.

Cómo citar este artículo

Ortiz Sobrino, M., Marta-Lazo, C. y Martín-Pena, D. (2016). La formación de competencias profesionales en los estudiantes de Comunicación Social de las emisoras universitarias en España y Portugal: situación y resultados asimétricos. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 35-50. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.fcpe>

