

# El potencial de empleabilidad de las radios universitarias en Castilla y León

## Objetivos o propósitos

Se plantea como objetivo general analizar el conjunto de habilidades y competencias adquiridas en la formación de Grado mediante la realización de prácticas voluntarias y/o complementarias en las emisoras de radios universitarias en Castilla y León para vislumbrar su papel en la oferta formativa de Ciencias Sociales y Humanidades. En último término, se postulará la vinculación que existe entre la adquisición y refuerzo de dichas competencias y habilidades en relación a la futura empleabilidad del egresado en el medio radiofónico.

Este objetivo general se sustenta en preguntas que abordan cuáles son las competencias y habilidades que buscan los reclutadores de empleo de los medios radiofónicos de Castilla y León y en si éstas son trabajadas de forma prioritaria en las radios universitarias.

Se establecen como hipótesis principales: una, que los empleadores siguen encontrando dificultades en encontrar universitarios que encajen plenamente en el perfil que buscan, porque parte de las competencias adquiridas en la etapa formativa no encajan plenamente con los requisitos demandados en este colectivo; y dos, que, sin embargo, las radios universitarias complementan de forma eficaz las competencias estipuladas en los Títulos de Grado actuales, reduciendo la brecha existente entre el ámbito universitario y el ámbito laboral, pero sin eliminarla de forma definitiva<sup>1</sup>.

## Marco teórico

La nueva organización de la educación universitaria, popularmente Plan Bolonia, supone un cambio en estructuración y modelaje de la formación del alumnado. Recordaban Méndez y García Alonso (2013) algunas bases: cooperación, descubrimiento, estrategia del debate, método de investigación y uso de nuevas tecnologías. En este panorama, el profesor debe vincular docencia con el ejercicio real de la profesión. Las radios universitarias expanden y amplían los mecanismos, conocimientos, técnicas y competencias en un entorno real y de forma voluntaria por parte de los participantes.

---

<sup>1</sup> La presente aportación ofrece los primeros datos obtenidos en una investigación más amplia que se desarrolla en el marco del Máster en Investigación de la Comunicación como Agente Histórico y Social de la Universidad de Valladolid, con el apoyo del GIR OCENDI y el PID 20/UVa1617 del Vicerrectorado de Innovación de la misma universidad.

En 1995 la Comisión Europea editó el Libro Blanco *Enseñar y aprender: Hacia la sociedad del conocimiento*. El texto establece cinco puntos para potenciar las políticas de empleabilidad, como promover de “la adquisición de nuevos conocimientos (evitar la obsolescencia)” y “acercar la escuela a la empresa (para conocer sus demandas)”, (Riesco, 2008, 81), teniendo en cuenta las competencias: “Empleabilidad es un término que orienta y da sentido al término *competencia*”. (Riesco, 2008, 100).

La empleabilidad se define como “*the ability to gain initial meaningful employment, or to become self-employed, to maintain employment and to be able to move around the labour market*” (Working Group on Employability, 2009: 5). En los últimos años, de forma paralela e imbricada en el proceso de gestación del nuevo espacio de educación superior, el concepto ha evolucionado. Recuerda Suárez Lantarón (2016, 78) que existen tres denominadores comunes: “Ajuste entre la formación recibida y la requerida por el mercado laboral. La inserción laboral y las condiciones de trabajo (tiempo transcurrido hasta encontrar un primer trabajo, sueldo, tipo de contrato, etc.). Adquisición de competencias para la búsqueda de empleo: cómo presentar un Currículum Vitae, una entrevista de selección de personal.”

McQuaid y Lindsay (2005) aseveran que se trata de una palabra de moda y en boga, que es, además, un “un requisito crítico, tanto para las empresas y empleadores, que necesitan competir en un entorno cambiante, como para los individuos, quienes la tienen como objetivo para el éxito de su carrera” (Nauta et al., 2009, 236).

Nos encontramos ante un escenario donde entran en juego habilidades y competencias. El libro Blanco de la ANECA sobre el Título de Ciencias de la Comunicación describe qué se debe desarrollar durante los Grados: de Conocimientos disciplinares (saber), Competencias profesionales (saber hacer), Competencias académicas y Otras competencias específicas. Ortiz-Sobrino recuerda que “el “saber hacer”, la capacitación de los alumnos, derivará en perfiles profesionales capaces de “hacer” y de responsabilizarse del proceso comunicativo. Se trata de que los estudiantes adquieran las competencias más demandadas desde las empresas periodísticas” (2009, 42). Cabrera y García Rico (2008) apuntan a la formación tecnológica como clave de este proceso.

Sin embargo, no aparece una acotación nítida de estos conceptos, que trata de discernir Climent (2010, 101): Las competencias no forman parte de las habilidades, pero las habilidades sí construyen competencias; pero practicar una habilidad no implica practicar una competencia. Ortiz Sobrino recuerda que no todo los esfuerzos deben volcarse a la parte profesional (2009, 42): “esta formación competencial tan pegada al terreno profesional debe ir acompañada con una serie de conocimientos disciplinares (saberes) que evitarán que el alumno egresado sea un mero “homo faber” y que pierda de vista la responsabilidad social”.

En el caso de la radio, la crisis de los últimos años y las nuevas exigencias del mercado han creado nuevos perfiles en los profesionales en radio en las dos últimas décadas. “Ya no basta con tener talento, sino que hay que saber gestionarlo. No es suficiente con conocer una parte del proceso productivo, sino que a los profesionales de la radio se les reclama polivalencia y trabajo en equipo” (López-Vidales y Ortiz, 2011).

La polivalencia es un rasgo transversal. En algunas radios autonómicas “el perfil profesional del redactor lleva incorporada la operación de equipos para editar la información”, en tanto que en las emisoras privadas, caso de Unión Radio, los redactores de rango superior “tiene la facultad de crear, realizar o dirigir programas de radio y debe conocer el uso de equipos de baja frecuencia necesarios para ello (puede dirigir al equipo técnico)”, en tanto que los locutores “incluso operan equipos de baja frecuencia (López-Vidales y Ortiz, 2011, 6).

Hay además nuevos perfiles como redactor multimedia o ciberperiodista, según acuñaron Pérez Tornero y Giraldo (2010, 257), editor multimedia, diseñador de formatos sonoros, u otros híbridos entre los roles tradicionales de productor y técnico, tales como *webmaster* o *social media editor*. En todos se aprecia la huella de la implantación de las TIC.

## **Metodología**

El armazón teórico posibilitará analizar esta realidad en el contexto de la comunidad autónoma seleccionada para el estudio. Se tomará como muestra las radios universitarias existentes en las cuatro Universidades públicas de esta comunidad. Existen cinco radios universitarias, pero se descarta como objeto de estudio la radio de la UEMC, puesto que apenas cuenta con meses de existencia, frente a la veteranía del resto de unidades de análisis.

Para obtener los resultados se ha lanzado una encuesta con aspectos cualitativos (configuración de las radios universitarias) y cuantitativos, a través de preguntas basadas en escalas de Likert que permitirán, por un lado, jerarquizar las 20 competencias trabajadas en los Grados y su aplicabilidad a la radio, y por el otro, conocer su grado de acuerdo con cuestiones relativas a las motivaciones del alumnado, contexto competencial demandado por los profesionales, y situación del plan de estudios. Las respuestas se cotejarán mediante observación analítica del plan de estudios de los centros analizados, para inmediatamente después, proceder a realizar entrevistas en profundidad a cada miembro de la muestra.

## Discusión de los datos y conclusiones

Del listado de 20 competencias transversales plasmadas en los Grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual en Castilla y León, las cinco más trabajadas en radios universitarias, según los primeros datos recogidos de las encuestas recibidas y codificadas hasta enero de 2018, son: locución (4,75 sobre 5 en la escala Likert), trabajo en equipo (4,5 sobre 5) y redacción, guionización y manejo técnicos (4,25 sobre 5). Ahora bien, existe disparidad de resultados al cuestionarles sobre qué aspectos valoran más los reclutadores de empleo en los medios radiofónicos profesionales.

En el grupo de competencias profesionales, además de locución y guion, los coordinadores de radio saben que en los medios de comunicación se resalta la capacidad de estar al tanto de la actualidad, un ítem que es el 17º más trabajado (o el cuarto menos trabajado, con un 3,25 sobre 5) del listado de 20 competencias presentadas. Esta respuesta se puede entender teniendo en cuenta que los entrevistados ven a la radio universitaria como un plus formativo sin líneas editoriales ni presiones habituales en los medios (4,25 sobre 5).

Pero no perdemos de vista el resto de competencias, imprescindibles, según nomenclatura de Ortiz Sobrino (2009), para cultivar la responsabilidad social de los estudiantes y evitar convertirles en “homo faber”. Así, en las competencias académicas, todos coinciden en que las más valoradas por empleadores son la especialización en temáticas y géneros, por delante de innovación en formatos y capacidad de divulgación. Eso sí, ninguna de ellas está entre las 10 más trabajadas en radios universitarias. ‘Especialización’, que obtiene un 100% de coincidencias, aparece en 14º lugar del listado de competencias trabajadas en radio.

En lo referente a competencias interprofesionales, eficacia y proactividad obtienen coincidencia (75%), y en este caso, sí se trabajan más en las radios universitarias (7ª y 8ª posición en el ranking general), en tanto que ‘trabajo en equipo’ (recordemos, una de las cinco más valoradas), ha generado menor consenso (50%).

Todos los encuestados entienden que el paso por una radio universitaria mejora a nivel general las competencias de los futuros comunicadores radiofónicos, por tener que resolver situaciones que se encontrarán en el mundo laboral: “falta de medios, formación a cualquier hora, planificación de horarios, negociación con compañeros” o “posibilidad de realizar diferentes funciones”.

A la cuestión sobre qué motiva a un estudiante a participar en la radio universitaria, interés del alumno, o asesoramiento de gabinetes de empleo de cada centro han sido las respuestas. En algún caso, subyace otro motivo: el canje de las horas por créditos o becas. En un 75% de los casos, la participación en radio se compensa así, cumpliendo requisitos (número de horas o programas); en el 25% restante, se aceptaría incluirlo siempre que se refuerce la estructura de la radio.

Ningún encuestado, por ahora, considera que el sistema actual de estudios universitarios mejora la motivación o reduce la tradicional brecha universidad-empresa: la puntuación media en esta escala Likert es de 2,5 sobre 5. Los coordinadores de radios universitarias entienden que es necesario que la mayoría de materias vinculadas con la radio debieran impartirse durante el primer ciclo, e incluso desde primer curso (TICS y Redacción audiovisual), en tanto que sólo las materias más específicas (producción, guion sonoro y narrativa sonora/nuevos formatos) deben impartirse a partir del segundo ciclo del Grado. De las 17 asignaturas ofertadas en las Universidades públicas de Castilla y León, menos de la mitad (8 de 17, un 47%) se imparten en el primer ciclo.

Los entrevistados tienen claro, por tanto, que el sistema actual no insufla motivación por la radio a los estudiantes, y evidencian que la crisis ha conducido al reciclaje de perfiles o la generación de nuevos roles en las radios (valoración de 4 sobre 5). Vinculando estas premisas, si la crisis ha redefinido el mercado laboral radiofónico, y el sistema académico no se está adaptando a estas circunstancias, sólo la motivación de los estudiantes y la colaboración desinteresada de profesores lograrán generar perfiles aptos para los retos de la radio del siglo XXI.

## **Contribuciones y significación científica de este trabajo**

Las hipótesis no han tratado de discernir si la radio universitaria es el sistema idóneo hacia un empleo seguro, sino tratar de configurar puntos de unión entre la dinámica de las radios universitarias y las demandas competenciales de los profesionales. Baste recordar los estudios de Martín Pena (2013) o la compilación de experiencias de radios universitarias en Europa y América (Martín Pena y Ortiz Sobrino, 2014) para comprender que las radios surgen como un proyecto altruista para ofrecer una herramienta educativa extra para alumnos apasionados por el medio.

A pesar de que autores como Rendón (2017), Pinto Zúñiga, Martín Pena y Vivas Moreno (2016), Lema Blanco, Rodríguez Gómez y Barranquero Carretero (2016) o Vázquez Guerrero (2012) han abordado este asunto, no existe literatura científica acerca del marco idóneo a generar en estas radios.

Con los resultados planteados, y teniendo en cuenta la idiosincrasia, estructura y operativa de cada radio universitaria, se tiende un modesto puente hacia el tradicional abismo entre los ámbitos universitario y laboral, una anhelada convergencia que la nueva regulación del espacio educativo superior trata de corregir. Aun así, los organismos deben volver al axioma de 'renovarse o morir', para romper con el mito de que la educación superior vive a espaldas de la realidad laboral.

## REFERENCIAS

- ANECA, Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2005). *Libro Blanco de los Títulos en Comunicación*. Memoria del Grado en Periodismo. Recuperado de: [http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco\\_comunicacion\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf)
- Cabrera, M.Á., García, J.A. y Rico, A. (2008). *Informe sobre la situación laboral de los licenciados en Ciencias de la Comunicación (1996-2005)*. Málaga: Ed. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga.
- Climent Bonilla, J.B. (2010): Reflexiones sobre la Educación Basada en Competencias. *Revista Complutense de Educación* 21 (1), pp. 91-106.
- Lema Blanco, I, Rodríguez Gómez, E.-F. y Barranquero Carretero, A. (2016): Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social Youth and the Third Sector Media in Spain: Communication and Social Change Training. *Comunicar*, (48), pp.91.-99. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C48-2016-09>
- López-Vidales, N. y Ortiz Sobrino, M.Á. (2011). Viejas nomenclaturas, nuevas competencias. *TELOS, Revista de pensamiento sobre tecnología y sociedad*, (87), pp. 63-72.
- Méndez, D. y García Alonso, P. (2013). "Cambio comunicativo en las nuevas metodologías didácticas", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (19) (Especial marzo), pp. 299-308.
- Martín Pena, D. (2013). *Radios universitarias en España : plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración*. Historia. Recuperado de <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Martín Pena, D. y Ortiz Sobrino, M.Á. (eds.). (2014). *Las radios universitarias en América y Europa*. Madrid: Fragua
- McQuaid, R.W. y Lindsay, C. (2005). The concept of employability. *Urban Studies*, 42 (2), pp. 197- 219.
- Nauta, A., Van Vianen, A., Van der Heijden, B., Van Dam, K. y Willemsen, M. (2009). Understanding the factors that promote employability orientation. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, (82), pp.233-251.
- Ortiz Sobrino, M. Á. (2007). El profesional de la radio en la era digital. En Peñafiel, C. (Ed.) *Transformaciones de la radio y la televisión digital en Europa*, pp.101-109. Bilbao: Servicio de Publicaciones de la UPV-EHU.
- Ortiz Sobrino, M.Á. (2009). La reconversión de la formación en comunicación desde el Espacio Europeo de Educación Superior. *Revista Icono 14*, (14), pp.35-49.

- Ortiz Sobrino, M. Á., 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), pp. 35-50.  
<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.fcpe>
- Pérez Tornero, J.M. y Giraldo, S. (2010): El ciberperiodista en la web 2.0. Concepciones, perfiles y habilidades del periodista en la Red Social. En Cebrián Herreros, M. (dir). *Desarrollos del periodista en Internet*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- 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), pp. 221-248.
- Rendón, L. M. (2017). *Radio universitaria en Internet. Experiencias de formación de comunicadores radiofónicos*. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/44280/>
- Riesco González, M. (2008). El enfoque por competencias en el EEES y sus implicaciones en la enseñanza y el aprendizaje. *Tendencias pedagógicas*, (13), 81-82.
- Suárez Lantarón, B. (2016): Empleabilidad. Análisis del concepto. *Revista de investigación en educación*, 1(14), pp. 67-84.
- Vázquez Guerrero, M. (2012). La Radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes, (398). Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/84113>
- Working Group on Employability (2009). *Report to Ministers*. Bologna Conference, Leuven/Louvain-la-neuve 28-29 abril 2009. Recuperado de [http://media.ehea.info/file/20090212-13-Prague/43/5/BFUG\\_CZ\\_15\\_4\\_4\\_Employability\\_WG\\_report\\_594435.pdf](http://media.ehea.info/file/20090212-13-Prague/43/5/BFUG_CZ_15_4_4_Employability_WG_report_594435.pdf)
- Yorke, M. (2004). *Employability in higher education: what it is – what it is not*. York: Higher Education Academy and ESECT Learning and Employability series