

ÁREA 4: Experiencias universitarias en comunicación periodística a través de revistas, radios y televisiones propios.

TÍTULO: La radio universitaria, entre la generalidad y la especialización. El caso de Vox UJI Radio.

AUTORES: Dña. Ángeles Durán Mañes y D. Francisco Fernández Beltrán. Universitat Jaume I. España.

Correo e.: aduran@uji.es // fbeltran@uji.es

PALABRAS CLAVE: Radio universitaria, parrilla, programación, audiencia, especialización, generalidad, emisora, audiencia, público, comunicación, audiovisuales, prensa, televisión, géneros, formatos.

RESUMEN:

La radio universitaria, entre la generalidad y la especialización. El caso de Vox UJI Radio

La evolución de la comunicación organizacional ha favorecido la inserción de medios de comunicación tradicionales de titularidad propia en el interior de las empresas e instituciones. El poder de la información –tantas veces propagandística- vehiculada a través de la prensa, sigue siendo indiscutible, pero aunque el ámbito académico no se ha privado de divulgar su imagen a través de periódicos y revistas, los medios audiovisuales tienen aún una presencia ínfima en la universidad española. Los obstáculos legales y el coste de las inversiones, y quizá también la necesidad de una especialización profesional, son causas de la escasez de radios y televisiones universitarias. Pese a los inconvenientes colaterales, las posibilidades comunicativas intrínsecas del medio audiovisual, su utilidad en la olvidada comunicación interna y sus benignas consecuencias en el corporate, hacen previsible un aumento generalizado a corto plazo.

¿Programación generalista o especializada? Ésta es la primera duda que surge ante la configuración de la parrilla en la radio universitaria. No existe una fórmula mágica que asegure el éxito, y menos aún que lo eternice, como la práctica ha demostrado, incluso en medios comerciales consolidados. Pero el ámbito académico abre más posibilidades a través de la integración de los públicos internos y de otras fórmulas propias del márketing. En el aspecto programático, el paso intermedio entre la generalización y la especialización de contenidos es una opción muy adecuada. Afinando científicamente, podríamos hablar de la emisión de contenidos generalistas en un medio especializado.

La experiencia de la joven emisora de la Universitat Jaume I, Vox UJI Radio, nos permite apuntar aciertos y errores para traducirlos en propuestas para un medio tradicional en crisis, en este caso dirigido a un público objetivo potencial, más crítico de lo que aparece y con intereses muy variados.

El primer paso que exige la radio universitaria es la captación de oyentes internos, especialmente estudiantes. Ventaja e inconveniente. Es un público supuestamente interesado por los temas propios del entorno en el que la emisora se inserta, pero acostumbrado a él y probablemente cansado de su reproducción y reiteración. La adaptación horaria a las posibilidades de escucha de una audiencia nada inmóvil; la explotación del mayor número posible de géneros y formatos radiofónicos; la emisión

por el ya cotidiano internet, simultánea, pero también en diferido y a la carta en cuanto a contenidos y horarios, y la integración del medio en la metodología docente y del propio público en la producción, son algunas de las claves de éxito. Todo ello sazonado con multilingüismo, pluralidad, humor, interactividad real y readaptación permanente. Más que nunca, es necesario que las tres funciones tradicionales de los medios, y especialmente del radiofónico, se manejen equitativamente, con cierta inclinación hacia el componente lúdico, consiguiendo que información y formación tengan buenas dosis de entretenimiento. De otra forma, el proyecto nace con fecha de defunción.

ABSTRACT

University radio, between generality and specialisation. The case of Vox UJI Radio.

The development of organisational communication has favoured the introduction of privately owned traditional media within companies and organisations. The power of information – that so often plays an advertising role – is channelled through the press and remains indisputable. Although the academic field has not renounced spreading its image widely through newspapers and magazines, the audiovisual media is still poorly presented in Spanish universities. Legal obstacles, the costs involved in investments, and perhaps the need of professional specialisation, are the causes behind the low number of university radio stations and television networks. In spite of the collateral inconveniences, it is expected that audiovisual media will expand on a short-term basis, given their intrinsic communicative possibilities, their usefulness within the forgotten internal communication, and their positive consequences in the corporate.

Generalist or specialized programming? This is the first doubt that arises when it comes to defining the university radio grill. There is no magic formula to guarantee success, let alone one capable of making it last forever, as experience has proved in even consolidated commercial media. However, the academic field offers more possibilities through the integration of the internal public, and through other marketing-oriented formulas. As far as programming is concerned, the option that lies half way between content generality and content specialisation is most appropriate. In scientific terms, we are able to refer to broadcasting a generalist content in a specialised medium. The experience gained by Vox UJI Radio, the recently founded radio station of the Universitat Jaume I, allows us to check both mistakes and sound choices in order to make proposals for a traditional medium which is in a state of crisis, in this case, one that is aimed at a potential objective public, which is more critical than it would appear to be, and which has a wide variety of interests.

The first step that a university radio requires is to attract internal listeners, particularly students. This is an advantage and a disadvantage. It is a public that is supposedly interested in the topics that originate from the environment in which the radio station is involved, but at the same time, the students may be too familiarised and too wary of its reproduction and repetition. Adapting broadcasting times to the listening possibilities of an audience which is always on the move; the exploitation of the highest possible number of radio genres and formats; live as well as recorded and à la carte broadcasting through the already familiar Internet, as far as programs and times are concerned; and the integration of the medium in the teaching methodology and of the public itself in the production, are some of the keys to its success. And all this topped with multilinguism, plurality, humour, real interactivity and constant readaptation. It is necessary now more than ever that the three traditional media purposes, and especially those of the radio media, are addressed equitably, with a certain tendency towards the entertainment side, to achieve good doses of entertainment through

information and training. Otherwise, this project is born with an expiry date.

La radio universitaria, entre la generalidad y la especialización. El caso de Vox UJI Radio

La evolución de la comunicación organizacional ha favorecido la inserción de medios de comunicación tradicionales de titularidad propia en el interior de las empresas e instituciones. El poder de la información –tantas veces propagandística- vehiculada a través de la prensa, sigue siendo indiscutible, pero aunque el ámbito académico no se ha privado de divulgar su imagen a través de periódicos y revistas, los medios audiovisuales tienen aún una presencia ínfima en la universidad española. Según datos facilitados por 64 universidades, sólo 10 instituciones de dicha muestra cuentan con una emisora de radio propia. Todas las emisoras universitarias existentes son recientes. A excepción de una, todos los nacimientos se sitúan a partir de la década de los 90 y únicamente dos emiten también por internet.

Los obstáculos legales y el coste de las inversiones, y quizá también la necesidad de una especialización profesional, son causas de la escasez de radios y televisiones universitarias. La saturación del espectro radiofónico aludida por las administraciones autonómicas, que tienen la competencia transferida por el Gobierno para la concesión de licencias de emisión, sea una excusa o un argumento verídico alimentado por el sector, la realidad es que se ha producido una paralización en la asignación de nuevas frecuencias. El resultado ha sido la proliferación de radios ilegales.

El último informe elaborado por la Asociación Española de Radio Comercial (AERC), en octubre de 2004, cifra en al menos 2.279 las radios irregulares que operan en España, un número que supone el doble de emisoras privadas autorizadas. A éstas, hay que añadir 124 que tienen concesión administrativa, pero que incurren en algún “tipo de irregularidad” y 504 radios municipales que también “incumplen la ley”, bien por no estar explotadas por los ayuntamientos, bien porque emiten en cadena o están conectadas a emisoras o cadenas comerciales privadas. El crecimiento ha sido sorprendente: hace 10 años había 300 emisoras ilegales.

Por comunidades autónomas, la AERC tiene registradas 482 emisoras ilegales en Canarias, 387 en Andalucía, 318 en la Comunidad Valenciana, 183 en Cataluña, 144 en Madrid, 143 en el País Vasco, 106 en Murcia, 103 en Galicia, 73 en Aragón, 69 en Cantabria, 68 en Castilla y León, 67 en Castilla-La Mancha, 40 en Baleares, 40 en Asturias, 27 en Extremadura, 25 en Navarra, y 4 en La Rioja.

Pero sería necesario matizar la diferencia entre radios libres y piratas para ubicar con mayor precisión a las emisoras universitarias. Nuestra opinión, compartida por otros autores, es que ambas funcionan sin licencia y se hallan, por tanto, en una situación de irregularidad, pero la principal diferencia es que las radios piratas son comerciales y las libres no. Así, además de introducir los conceptos de publicidad y ánimo de lucro en las primeras, las segundas, por lo general, desarrollan una programación más bien cultural y/o social. Dice también la profesora Gutiérrez Paz que, mientras las primeras aspiran a conseguir licencia, en el ideario de las emisoras libres se reivindica la libertad de emitir sin necesidad de licencia para ello. Y lo cierto es que el derecho fundamental que recoge la Constitución española nos incita a no hablar de “ilegalidad”, sino de “irregularidad”, de connotación menos dura. Y a ubicar las radios universitarias entre las radios libres.

Aludíamos también a la necesaria especialización profesional como causa de la escasa presencia de emisoras universitarias. La requerida formación técnica y periodística obliga a aunar teoría y práctica y al reciclaje permanente del personal responsable de la comunicación universitaria, generalmente insuficiente para todas las funciones que debería desarrollar. Así pues, la propia comunidad universitaria, ajena a

la profesionalización deseable, se convierte en una mano de obra valiosa para la consolidación del medio. Y por ello no es de extrañar que las universidades con emisoras dispongan (todas, excepto una) de alguna titulación vinculada al área de la comunicación. De esta manera se solventan dos problemas: se rentabiliza la inversión en infraestructura y tecnología y se utiliza como banco de pruebas para alumnos con una útil simbiosis (desarrollo de prácticas y elaboración de contenidos).

Por tanto, pese a los inconvenientes colaterales, las posibilidades comunicativas intrínsecas del medio audiovisual, su utilidad en la olvidada comunicación interna y sus benignas consecuencias en el corporate, hacen previsible un aumento generalizado a corto plazo.

¿Programación generalista o especializada? Esta es la primera duda que surge ante la configuración de la parrilla en la radio universitaria. No existe una fórmula mágica que asegure el éxito, y menos aún que lo eternice, como la práctica ha demostrado, incluso en medios comerciales consolidados. Pero el ámbito académico abre más posibilidades a través de la integración de los públicos internos y de otras fórmulas propias del marketing. En el aspecto programático, el paso intermedio entre la generalización y la especialización es una opción muy adecuada. El modelo recomendado sería el propio de una programación generalista con contenidos periodísticos especializados.

El modelo propuesto incluye una parrilla de programas variados en cuanto a temática general (*macrotemática*: informativos, musicales, deportivos, culturales...), pero desde un punto de vista especializado en su tratamiento (no monotemáticos, pero siempre con una perspectiva *microtemática*: educativa o universitaria). Así debe ser, puesto que la radio universitaria no debe convertirse en competencia de las radios comerciales, no sólo en cuanto a publicidad, sino tampoco en programación. De esta manera, además, cubrimos una oferta radiofónica inexistente, dirigida a un segmento de la audiencia muy concreto.

Siguiendo a algunos autores como el profesor Josep Maria Martí, el modelo de producción nos permite diferenciar entre radio temática y radiofórmula. Y la radio universitaria, a nuestro juicio, puede integrar perfectamente ambos modelos y ofrecer un sistema híbrido, de manera que, durante el horario de más audiencia, real o potencial, se explote un modelo temático y, en el resto de la franja diaria, un modelo de radiofórmula. Sólo así se podrá permanecer en antena 24 horas, rentabilizando nuestra producción respecto a las probabilidades de escucha.

La experiencia de la joven emisora de la Universitat Jaume I, Vox UJI Radio, nos permite apuntar aciertos y errores para traducirlos en propuestas para un medio tradicional en crisis, en este caso dirigido a un público objetivo potencial más crítico de lo que aparece y con intereses muy variados. Sin obsesionarse con cifras de audiencia, no debemos olvidar que nuestro éxito, aun pretendiendo ser un servicio público altruista, depende del consumo que se haga de nuestro producto. No hablamos en términos económicos, pero sí de imagen e influencia. Nadie valora lo que nadie acepta.

Así pues, el tipo de audiencia, para la radio universitaria, es importante. No sólo los estudiantes son los oyentes potenciales, porque otro público puede estar interesado en nuestros contenidos y nos puede resultar muy útil, al mismo tiempo, para afianzar la identidad e imagen corporativa de la institución, interna y externamente. Pero, al margen de las posibilidades, el medio radiofónico propio parece un canal más idóneo aún para la comunicación interna. Por eso debemos centrar nuestros esfuerzos en el público más próximo, es decir, la comunidad universitaria, y, especialmente, en los alumnos. Una audiencia que presenta ventajas e inconvenientes. Se trata de un

público supuestamente interesado por los temas propios del entorno en el que la emisora se inserta, pero acostumbrado a él y probablemente cansado de su reproducción y reiteración.

La radio universitaria es un medio institucional, pero, sin olvidar las funciones de apoyo a la organización, debemos pensar en la audiencia y sustituir, en todo lo posible, los contenidos propagandísticos, por contenidos informativos, formativos y, sobre todo, entretenidos. Éste fue el primer objetivo asumido por la dirección de Vox UJI Radio. Y para captar el interés de nuestros oyentes, por supuesto, en nuestra programación decidimos explotar las posibilidades de todos los tipos de géneros (informativos, interpretativos y de opinión), subgéneros y programas radiofónicos. Se trata de un público más exigente de lo que parece y sólo con una parrilla atractiva podremos captar su atención. Así pues, reportajes, noticias, crónicas, críticas, entrevistas, tertulias, etc. son subgéneros que deben integrarse en nuestra oferta, bien como contenidos parciales (insertados en programas: informativos o boletines, magazines, concursos, radioteatro...) o bien como programas en sí mismos. En todo momento se han estudiado las sugerencias de la audiencia. Éste fue el resultado:

Campus Actual es un informativo con noticias sobre la Universitat Jaume I y temas de política educativa. Cuenta con dos secciones: la *Agenda Semanal* y el espacio *En Portada*, que es un repaso de las principales noticias sobre la Universitat Jaume I publicadas en la prensa local, autonómica y nacional. De este modo difundimos también el trabajo que hacen los medios de comunicación, especialmente los de nuestro entorno (Castellón) y los damos a conocer entre la comunidad universitaria, igual que ellos nos ayudan a dar a conocer a la sociedad todo lo que hacemos desde la universidad.

El Tauler (El Tablón), también incluido en el ámbito informativo y de actualidad, en el que difundimos convocatorias de becas, premios, concursos, subvenciones para actividades académicas y todo lo que pueda resultar de interés para la comunidad universitaria y para los alumnos ya titulados.

Fem ciència (Hacemos ciencia) se incluye también en el campo de la información, pero con un contenido más próximo al reportaje, que pretende explicar, desde un punto de vista divulgativo, las novedades surgidas a partir de la actividad investigadora de la Universidad.

Salut i Sexualitat (Salud y Sexualidad). Como parte de la ciencia, dedicamos un programa a la salud y a aspectos tradicionalmente tabú, que requieren, ante todo, educación. En él incluimos dos secciones destacadas: una cuyo objetivo es informar sobre enfermedades, prevención o tratamiento, en muchos casos a través de la investigación desarrollada por la UJI (alzheimer, anorexia, depresión, estrés, cáncer, gripe...), en el que se anima a la gente a no consumir bebidas alcohólicas y a dejar de fumar. Y la otra sección la dedicamos al sexo. Toda la comunidad universitaria puede plantear dudas sobre cualquier tema sanitario, a través del correo electrónico, y nosotros intentamos resolverlas con la ayuda de especialistas, entre ellos los profesionales del Centro de Salud de la Universidad.

Deu minuts d'esport (Diez minutos de deporte) es un programa dedicado a un tema, generalmente, muy atrayente para la audiencia, en el que se trata la oferta de actividades deportivas de la Universidad, los resultados de competiciones y campeonatos universitarios y se incluyen entrevistas y la opinión de la comunidad universitaria.

Amb veu pròpia (Con voz propia) es un programa de entrevistas que pretende aproximar, cada semana, a un personaje diferente, que destaca por su trayectoria profesional, pero ofreciendo también una perspectiva humana. En él entrevistamos a miembros de la comunidad universitaria que destacan por algún tema importante, curioso, etc., y, preferentemente, a personajes conocidos que pasan por la Universidad (el periodista Andrés Aberasturi, la cantante Rosana, el director de cine Achero Mañas,...)

Perfils (Perfiles) es un programa dedicado a figuras destacadas del ámbito científico o cultural, algunas ya desaparecidas, a través de palabras en tercera persona, con un lenguaje metafórico, alternado con fragmentos de sus obras teatrales, musicales, literarias, etc. A través de él se ha difundido la personalidad y obra de nuestras medallas de oro y honoris causa, así como otros nombres con méritos propios que tienen alguna vinculación con la Universitat Jaume I (el escritor Joan Fuster, la compositora Matilde Salvador, el jurista Arcadi García, el escritor Enric Valor, el actor y director teatral Carles Pons,...).

Hay en la parrilla tres magazines, de contenido muy variado e interesante. *En la nostra ona (En nuestra onda)* es el magazine de actualidad informativa de nuestra oferta, en el que se tratan temas en profundidad, a través de un reportaje, con encuestas entre la comunidad universitaria y con una tertulia, para ofrecer la opinión de expertos, tanto del ámbito académico, como de profesionales de fuera de la universidad. En él tratamos asuntos de interés informativo como los malos tratos, la discapacidad, el transporte urbano en Castellón, la inserción profesional, la Constitución europea, la inmigración, la solidaridad, etc., siempre con una visión relacionada con la Universidad.

Lliure configuració (Libre configuración) es otro magazine con mucho humor, que simula la vuelta de un grupo de estudiantes que había sido expulsado de la Universidad, en años anteriores, por mala actitud y que vuelve para someterse a un programa de reinserción.

Extraràdio (Extrarradio) es el tercer magazine, autodenominado alternativo, planteado con gran originalidad, en el que se tratan informativamente temas de interés para el alumnado, desde su propia perspectiva, y en el que se difunden y promocionan proyectos de los estudiantes.

Tenemos dos programas específicos destinados a alumnos “no convencionales”, por decirlo de algún modo. *Próxima parada: UJI* está destinado a los estudiantes y profesorado de institutos de secundaria, y en él tratamos temas de interés para los futuros alumnos, incluyendo una línea abierta mediante la que pueden plantear preguntas y los orientadores de la Universidad les responden.

El Racó del Postgrau (El Rincón del Postgrado) es un programa sobre formación para titulados. En él damos a conocer la oferta de postgrado y su utilidad práctica y profesional, con la participación de ex alumnos y empresas interesadas en contratar personal con titulación universitaria.

Contamos, asimismo, con dos programas que pretenden fomentar la interculturalidad. Uno de ellos es *Quadern de Viatge (Cuaderno de Viaje)*, que nos aproxima a otros países a través de la voz de alumnos de la Universitat Jaume I que están desarrollando algún curso en universidades extranjeras y a través de estudiantes extranjeros en la Universitat Jaume I, que disfrutaron de algún programa de intercambio.

Trenquem Estereotips (Rompeamos Estereotipos) es otro programa que intenta acercarnos a otras culturas, en sentido inverso, con la participación de estudiantes extranjeros, la mayoría alumnos del Máster para la Paz. Con un título muy didáctico, quiere hacer oír otras voces, y romper esquemas y prejuicios.

En un ámbito más distendido, contamos con cinco programas musicales: *Melomania (Melomanía)* es un programa que incluye música muy variada, originaria de diferentes países, que cuenta varias secciones, en las que se dedica un perfil o entrevista a cantantes o grupos, además de una agenda de actividades musicales en la provincia.

La Màgia del Rock está dedicado a todas las variantes del rock (desde heavy hasta rock melódico), con entrevistas a grupos destacados, tanto nacionales como extranjeros.

El Musicón está dedicado al jazz, funk, fusión latina, y otros estilos, y en él que se emiten tanto grabaciones como conciertos en directo.

El so de la música (El sonido de la música) es un programa de novedades, noticias, información de conciertos y entrevistas con personajes del mundo de la música, que trata diferentes estilos como el rock, el blues o el jazz.

Vox Clàssica (Vox Clasica) es un espacio que incluye la programación del Auditorio de Castellón y trata temas musicales y culturales alternativos (flamenco, música clásica, música de bandas, ópera, etc.).

En otro ámbito más lúdico y artístico, contamos con *La Claqueta Mecànica*, que da a conocer las últimas novedades y curiosidades del cine y el teatro, nos recuerda los títulos que podemos encontrar en la videoteca de la Universitat Jaume I, nos ofrece un paseo de bandas sonoras y nos cuenta todas las actividades sobre cine y teatro que se desarrollan en el campus. Además, invita a los oyentes al cine, a través de concursos por correo electrónico.

El Repte (El Reto) es un concurso muy divertido e interactivo. Cada semana se lanza un reto: contestar una pregunta, encontrar algún objeto, desvelar algún misterio..., a través del correo electrónico, y, entre los acertantes, se sortea un regalo, siempre productos del *merchandising* de la Universidad.

Por último, incluimos un programa dedicado a la reflexión, desde un punto de vista dramático-teatral, sobre temas universales y cotidianos, a veces tratados con monólogos, otras con diálogos. *Sense Maleta (Sin Maleta)* es un viaje a través de sentimientos y factores: casualidad, envidia, recuerdos, mentira, amor, miedo, desconcierto...

Sintonitza't

107.8
ràdio

Dilluns

10.30 hores (15.00 19.00)	CAMPUS ACTUAL
11.00 hores (15.30 19.30)	AMB VEU PRÒPIA
11.20 hores (15.50 19.50)	MELOMANIA
12.00 hores (16.30 20.30)	EN LA NOSTRA ONA
12.50 hores (17.20 21.20)	SENSE MALETA
13.00 hores (17.30 21.30)	CAMPUS ACTUAL
13.30 hores (18.00 22.00)	VOX CLASSICA

Dimercres

10.30 hores (15.00 19.00)	CAMPUS ACTUAL
10.45 hores (15.15 19.15)	SALUT I SEXUALIDAT
11.00 hores (15.30 19.30)	PERFILS
11.10 hores (15.40 19.40)	LA MÀGIA DEL ROCK
12.00 hores (16.30 20.30)	LLIBRE CONFIGURADÓ
12.30 hores (17.00 21.00)	SENSE MALETA
12.40 hores (17.10 21.10)	TRENQUEM ESTEREOTIPS/ PROXIMA PAIADA UJI
13.00 hores (17.30 21.30)	CAMPUS ACTUAL
13.15 hores (17.45 21.45)	EL TAULER
13.25 hores (17.55 21.55)	EL SO DE LA MÚSICA

Divendres

10.30 hores (15.00 19.00)	FEM CIÈNCIA/ EL RACÓ DEL POSTGRAU
10.40 hores (15.10 19.10)	DEU MINUTS D'ESPORT
10.50 hores (15.20 19.20)	EL TAULER
11.00 hores (15.30 19.30)	QUADERN DE VIATGE
11.40 hores (16.10 20.10)	EXTRARÀDIO
12.00 hores (16.30 20.30)	LA CLAQUETA MECÀNICA
12.45 hores (17.15 21.15)	EL REpte
13.00 hores (17.30 21.30)	EL MUSICON

107.8
<http://ecom.uji.es/radiouji/>

Pero se requieren más ingredientes. Como ya apuntábamos, la participación de la propia audiencia resulta esencial para abducirla. La forma más sencilla es convertir en fuente a miembros de la propia audiencia potencial (comunidad universitaria), pero, de forma supervisada profesionalmente para garantizar una calidad adecuada, público y productor pueden confundirse en uno sólo en una parte de la programación. Alumnos y profesores de titulaciones vinculadas al área de Comunicación, pero también de otras carreras (por ejemplo, Filología y Traducción, para colaborar en la introducción del multilingüismo), así como miembros de asociaciones estudiantiles y órganos de gobierno y representación. Según contenidos y necesidades.

Las características de una audiencia con intereses y ocupaciones variadas, sin demasiado tiempo libre o con bastante tiempo libre para dedicar a otras actividades que sacien otras inquietudes, nos obliga a establecer unos horarios y formas de emisión que garanticen flexibilidad. Así, siguiendo sugerencias de los propios oyentes, nuestra programación matinal tiene dos reemisiones vespertinas el mismo día. Y, además, la difusión no sólo es posible mediante ondas hertzianas, sino también a través de internet, con un nuevo espacio web (www.radio.uji.es) donde la interactividad es protagonista. Ofrecemos a nuestros oyentes la posibilidad de votar programas, de concursar, de plantear sugerencias, y, además, integramos una fonoteca a través de la cual el público puede configurar su propia parrilla. Y, cada programa que requiere una participación activa de la audiencia, tiene su propio correo electrónico.

En definitiva, la adaptación horaria a las posibilidades de escucha de una audiencia nada inmóvil; la explotación del mayor número posible de géneros y formatos radiofónicos; la emisión por el ya cotidiano internet, simultánea, pero también en diferido y a la carta en cuanto a contenidos y horarios, y la integración del medio en la metodología docente y del propio público en la producción, son algunas de las claves de éxito. Todo ello sazonado con multilingüismo, pluralidad, humor, interactividad real y readaptación permanente. Más que nunca, es necesario que las tres funciones tradicionales de los medios, y especialmente del radiofónico, se manejen equitativamente, con cierta inclinación hacia el componente lúdico, consiguiendo que información y formación tengan buenas dosis de entretenimiento. De otra forma, el proyecto nace con fecha de defunción.

BIBLIOGRAFÍA:

ESTEVE, Francisco, y FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier, *Áreas de especialización periodística*, Fragua, Madrid, 1999.

GUTIERREZ PAZ, Arantza, *Euskal irratigintzaren historia*. UEU, Bilbao, 2002.

MARTÍ, Josep Maria. *Modelos de programación radiofónica*, Feed-Back, Barcelona, 1990.

PRADO, Emili, *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*. Mitre, Barcelona, 1983.

SANTOS DIEZ, M.Teresa, *La radio vasca (1978-1998)*. Servicio editorial de la UPV-EHU, Bilbao, 1999.

<http://www.elmundo.es/elmundo/2004/10/20/comunicacion/1098282138.html>

<http://www.lukor.com/television/noticias/0410/21180956.htm>

<http://www.el-mundo.es/radio/Assin.html>

<http://www.sindominio.net/radiotopo/toporadioslibreslinks.htm>

- Datos personales del (los) autor(es):

Ángeles Durán Mañes, licenciada en Ciencias de la Información (especialidad Periodismo) por la Universidad Politécnica de Valencia, y Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación Empresarial e Institucional por la Universitat Jaume I. Universitat Jaume I. aduran@uji.es. Av. Jaime I, 66, 2º, 12600-Vall de Uxó (Castellón). España.

Francisco Fernández Beltrán, licenciado en Ciencias de la Información (especialidad Periodismo) por la Universidad Politécnica de Valencia, y Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación Empresarial e Institucional por la Universitat Jaume I. Universitat Jaume I. fbeltran@uji.es. C/ Herrero, 19, 4ªA 12002-Castellón. España.

- Datos de la persona encargada de hacer la exposición:

Ángeles Durán

- Datos institucionales:

Universitat Jaume I. Campus Riu Sec. 12071-Castellón. España. Tf: 0034 964 728831

Fax: 0034 964 728832. aduran@uji.es, fbeltran@uji.es

- Material necesario para realizar la exposición de la comunicación:

Ordenador con conexión a internet