



# UEMCOM RADIO, EDUCAR PARA LA PROFESIÓN

**Radio UEMCOM, Educating for Professionals**

**Mohamed Lemrini El Ouahhabi**

**Doctor en comunicación y periodista**

**E.mail: mohammad.lemrini@gmail.com**

**Juan José Ceballos Norte**

**E.mail: jj.cebillosnorte@gmail.com**

**Departamento de Periodismo y Lenguas  
Universidad Europea de Madrid (España)**

Resumen:

Para afrontar uno de los grandes retos de la educación universitaria, ofrecer a los alumnos una enseñanza práctica que roce la profesionalidad y esté acorde con la enseñanza teórica recibida, según los preceptos del Espacio Europeo de Educación Superior, la Universidad Europea de Madrid ha creado UEMCOM, una plataforma de medios de comunicación donde el alumno realiza sus prácticas de un modo real equiparable a estar trabajando en su medio preferido.

En UEMCOM Radio los alumnos cubren noticias, redactan, presentan, producen y realizan programas de radio de toda índole, dentro de sus asignaturas o de forma voluntaria. Así se cubre una parrilla, en directo, de unas ocho horas diarias de lunes a viernes. Esta programación se ve alterada de vez en cuando con programas especiales. En el último curso académico se han transmitido partidos de fútbol de la Champions League, la Eurocopa de Fútbol 2012 y las Elecciones Generales del 20N.

Palabras clave: UEMCOM, prácticas, profesionalidad, radio.

Abstract:

One of the big challenges within third level education is to offer the university student a practical education of a professional nature which corresponds to the theoretical aspects seen during distinct modules. According to the European Higher Education Area, the European University of Madrid has created UEMCOM, a media platform where the student can develop practical skills in his/her professional field.

On UEMCOM radio, students cover news stories, they write them, they broadcast them, and they produce radio programmes of a wide diversity. This can be within or outside the scope of their modules. These programmes go live from Monday to Friday, and are up to eight hours daily. In the final year of the degree course, students have broadcasted the Champions League, the 2012 Football Eurocup, and Spanish General Elections.

Key Words: UEMCOM, practical classes, professional fields, radio.

Recibido: 10-09-2012 / Revisado: 30-09-2012 / Aceptado: 03-10-2012 / Publicado: 01-11-2012

### Introducción

Hasta hace pocos años, ningún responsable en nuestras universidades se había planteado sopear el aprendizaje de nuestros alumnos, para contrarrestarlo con sus resultados reales y así poder responder a la demanda de conocimientos exigidos por la Empresa.

Los profesores de Marketing de la Universidad de Wharton (Pensilvania, EE.UU.) Jerry Wind y David Reibstein (2003), se posicionaron en el año 2000 duramente contra el sistema tradicional de educación al arremeter contra la enseñanza pasiva y unívoca entre profesor y alumno. Ellos proponían un cambio en los métodos pasivos de transmisión del conocimiento a otros de naturaleza más activa. Defendían un cambio metodológico basado en el aprendizaje experimental donde los alumnos se enfrentan a situaciones y problemas reales con el reto de superarlos satisfactoriamente. Esto dio origen al desarrollo de las nuevas metodologías activas de aprendizaje auspiciadas igualmente por el E.E.E.S. (Espacio Europeo de Educación Superior), como idea nacida de la Declaración de la Sorbona en 1998 y cuyas líneas generales se establecieron por los Ministros de Educación de la Unión Europea, quedando plasmadas en la Declaración de Bolonia en 1999.

Desde entonces, la Universidad Europea de Madrid, implantó un Plan Piloto experimental y fijó un calendario de adaptación del profesor y del estudiante a los “nuevos métodos de enseñanza para impartir asignaturas, donde nuestros estudiantes participen más en su aprendizaje y que adquieran no sólo conocimientos sino también competencias y que, por supuesto, sus resultados académicos sean mejores”, Benito y otros (2007).

Todo esto precisaba de una adaptación, una concienciación y un cambio de chip, para todas las personas implicadas en el proceso. Agentes y responsables académicos, profesores y alumnos veían su roll cambiado. El profesor dejaba de ser la estrella para convertirse en mero gestor y organizador, mientras el estudiante pasaba a ser el centro del iceberg. Se empezaron a aplicar las diferentes metodologías activas aconsejadas por el Plan Bolonia, establecer las competencias precisas para cada caso, mientras que para la parte práctica, el profesor se convertía en “la figura fundamental del proceso ya que el éxito de la práctica reside en el diseño que realice de la misma, en su orientación y en la previsión de los problemas que les puedan surgir a los alumnos durante la misma”, Alonso, L. y otros (2007).

De entrada había que salir del aula, crear el clima idóneo donde desarrollar unas prácticas más reales, más acordes con la labor que un profesional debe realizar día a día en el ejercicio de su profesión. Y para que esto pueda ocurrir, el alumno debe integrarse en una nueva dinámica, debe sentirse como un profesional al cien por cien, dominando la materia, los medios, la tecnología y todo el proceso de creación, planificación, desarrollo y posterior difusión de su trabajo. En definitiva, debe sentirse un miembro más del staff sin tener que esperar a que llegue el periodo de prácticas en empresas, estipuladas y recogidas en el plan académico de su Titulación o Grado.

### UEMCOM. Un medio de comunicación

Conscientes de que esta idea era la más idónea para que el alumno se introduzca en la profesión por la puerta grande, la Universidad Europea de Madrid ha emprendido en todas las áreas de estudio, la creación

de clínicas o centros de prácticas que van más allá de los simples laboratorios.

En el área de Comunicación y en 2008, se creó UEMCOM, una plataforma de medios de comunicación pensada para cubrir en multimedia, las actividades de un periódico digital, una emisora de radio, una cadena de televisión, además de una agencia publicitaria y otra de traducción. Hasta ahora y escalonadamente se consiguió poner en funcionamiento los tres primeros medios. Se encuentra muy avanzado el proyecto de la agencia de publicidad y se han iniciado las labores de la última agencia.

El objetivo esencial era seguir utilizando los diferentes laboratorios (redacción y maquetación, fotografía, radio, televisión, multimedia, diseño, con sus correspondientes instalaciones, programas, software y hardware) para que, en todas las asignaturas, el alumno realice un primer contacto con los medios y la tecnología, para pasar a hacer prácticas en los diferentes medios de comunicación creados para ese menester.

El abanico de asignaturas de toda la Facultad de Artes y Comunicación que se pueden integrar en este proceso es ilimitado. Lo esencial era implementar las sinergias de dichas asignaturas dentro de la dinámica de clase, con la interacción de prácticas reales en los programas docentes de las asignaturas.

UEMCOM es, por lo tanto, una clínica de medios de comunicación, compuesta en este momento por un periódico on line (UEMCOM News), una radio on line (UEMCOM Radio) y la emisora de TV, Europea Televisión, que tienen como objetivo elaborar contenidos informativos y programas de diversa temática, realizados conjuntamente por alumnos, profesores y profesionales del periodismo y de la comunicación, dirigida por un Consejo Editorial y por un Consejo de

Redacción compuesto por profesores y alumnos de la Facultad de Artes y Comunicación, para la selección y gestión de los diferentes contenidos periódicos.

La Fase “0” de la creación de UEMCOM arranca en octubre de 2008 con el periódico digital UEMCOM News. Se diseñó la plataforma digital que serviría de matriz a la fase inicial del proyecto y cuyo dominio es [www.uemcom.es](http://www.uemcom.es). UEMCOM News se estructuró en 7 secciones con una actualización semanal. UEMCOM Radio es una radio que está logrando emitir una programación diaria con carácter estable desde el mes de abril de 2009 y que sirve de laboratorio de prácticas eventuales para alumnos de la Facultad, tanto de Grado como de Postgrado.

### **A modo de historia**

UEMCOM como tal, es la heredera de dos medios de comunicación y de docencia que tienen una historia vinculada a la Universidad Europea de Madrid desde sus comienzos. Estos dos medios son “El Universitario Europeo” y “Villaviciosa Radio”.

El primero, periódico editado en papel, había nacido en junio de 1991 con la cabecera de “VOCES del Centro Europeo de Estudios Superiores”, hasta que en diciembre de 1996, una vez ya nacida y creada la Universidad Europea de Madrid, cambia de nombre a “Universitario Europeo”. Era una plataforma de prácticas para las asignaturas de Tecnología de la Información Escrita, Redacción Periodística y algunas más.

Villaviciosa Radio nació el 15 de abril de 1999 en virtud del Convenio de Colaboración firmado entre la Universidad Europea de Madrid y el Ayuntamiento de Villaviciosa de Odón, localidad donde se encuentra ubicada la Universidad. Fue una emisora de radio

local que emitía en el dial 107.5 FM, con una doble función, informar a los habitantes de Villaviciosa de Odón y alrededores (población potencial aproximada en función de la cobertura de casi cien mil habitantes) y servir igualmente de plataforma de prácticas para los alumnos de la Universidad. La emisora fue inaugurada el 26 de mayo de 2000, para iniciar su emisión tres días después con un horario inicial de 12.00 a 16.00 h de lunes a viernes y de 10.00 a 14 .00 horas los fines de semana.

Entre los objetivos y ambiciones de la emisora se encontraba la ampliación de la emisión a doce horas diarias y la salida para emitir igualmente en Internet, para poder así ampliar su cobertura y llegar a un mayor número de oyentes y escuchantes, cosa que ha conseguido en su última etapa, justo antes de la remodelación llevada a cabo para integrarla en la plataforma UEMCOM.

### **Relanzamiento del periódico y de la radio**

Partiendo de las experiencias acumuladas con estos dos medios de comunicación, se diseñaron una serie de fases dirigidas al relanzamiento de dichos medios sobre la base de una plataforma digital en función de su puesta en marcha, la implicación de los profesores con sus asignaturas y la captación y participación de los alumnos, ya que además de los implicados en las asignaturas, siempre ha habido y hay en UEMCOM alumnos voluntarios.

En la “Fase 0” de UEMCOM, se ha buscado la creación de un equipo estable de trabajo entre docentes, estudiantes y trabajadores, para implementar la docencia diaria de las asignaturas en este medio de comunicación siguiendo las directrices marcada por el

Proceso de Bolonia.

Esta fase, que abarcó el curso lectivo 2008-2009, ha concluido con 28 actualizaciones de UEMCOM News con cerca de mil informaciones, 70 galerías de fotografías, 5 ediciones especiales y 240 horas de emisión en UEMCOM Radio, a razón de 4 horas diarias. En dicha labor se ha involucrado un equipo humano compuesto por 400 alumnos y 30 profesores y se han expedido 36 certificados de prácticas a finales de curso para los alumnos voluntarios participantes.

### **UEMCOM Radio**

Para UEMCOM Radio (que se puede escuchar en <http://www.uemcom.es> o en [http://www.ivoox.com/escuchar-uemcom-radio\\_nq\\_2007\\_1.html](http://www.ivoox.com/escuchar-uemcom-radio_nq_2007_1.html)) tuvo, desde el inicio, una programación de cuatro horas diarias divididas en dos franjas horarias, una matinal de 10.00 a 12.00 horas y otra vespertina de 16.00 a 18.00 horas de lunes a viernes, emisión que más tarde pasó a ser continua hasta las 19.00 horas, tal y como se recoge en la rejilla de emisión adjunta.

La programación es tan variada como interesante ya que recoge un amplio abanico de temas desde los informativos, el tiempo y revista de la prensa, hasta lo más candente y último en deportes y cultura, abarcando la música, el cine, el teatro o la literatura.

En esta parrilla se han reservado espacios específicos para las cinco facultades que forman el abanico académico de nuestra Universidad. Así, y debido a la importancia que la UEM concede a temas como la internacionalidad, las organizaciones no gubernamentales y el medio ambiente, se dedican igualmente espacios semanales para que estos contenidos se traten, desarrollen y discutan entre alumnos, profesores, emplea-

dos y demás invitados.

La información, el deporte, el debate en general y la cultura en especial, forman un porcentaje muy amplio de esta parrilla que se desarrolló y tendió a ampliarse poco a poco, atendiendo a la filosofía de incluir las prácticas en estos medios como parte esencial del aprendizaje llevado a cabo por los alumnos y profesores en las diferentes asignaturas. Del mismo modo se ha reservado un espacio para la discusión, la charla, el intercambio de ideas y opiniones entre los alumnos UEM y los provenientes de los intercambios tanto de los países europeos (alumnos Erasmus) como los alumnos Garcilaso, procedentes de los países americanos estando la mayoría de ellos matriculados en nuestra facultad de Artes y Comunicación. Y dada la importancia de la internacionalidad, se ha creado un espacio semanal donde el idioma inglés es la estrella de la tertulia sobre temas variados y generales entre alumnos, profesores e invitados.

### **Prácticas profesionales en UEMCOM Radio**

En una entrevista concedida al diario ABC, la rectora de la Universidad Europea de Madrid Águeda Benito (Benito, A. 2012) insistió en que “la Universidad debería liderar la empleabilidad de los estudiantes. Por eso, debemos ofrecer un modelo de educación superior que forme a profesionales de acuerdo con las necesidades sociales en estrecha conexión con el mundo profesional, para dar respuesta a sus demandas”. Pero, añade Águeda, “la sociedad nacional como internacional está experimentando continuos cambios, cambios que exigen profesionales flexibles, capaces de adaptarse a nuevas formas de empleo y ocupaciones, de desarrollar una actividad productiva junto a otros profesionales en proyectos multidisciplinares, con es-

píritu creativo y emprendedor, dispuestos a ejercer su profesión en cualquier lugar del mundo y, sobre todo, preocupados por su continua formación”.

La inserción en el mercado de trabajo se convierte, pues, en el principal objetivo y para ello, los profesores de la clínica de medios han conseguido implementar las sinergias dentro de la dinámica de clase. Una interacción de prácticas reales en los programas docentes de asignaturas como Comunicación Política Internacional, Comunicación e Información Escrita, Tecnología de la Información, Diseño y Maquetación, Plataformas de Periodismo Multimedia, Géneros Informativos, Ética y Deontología de la Comunicación, Crítica Literaria, Fotoperiodismo, Multimedia, Organización y Gestión de la Empresa Informativa, Redacción Periodística, Información Deportiva en Radio, Periodismo Especializado, Géneros de Opinión, Teoría y Técnica de la Radio, Periodismo Deportivo, Radio Especializada, Radio Todo Noticias o el Máster de Periodismo Deportivo Cátedra Real Madrid. La radio, como medio de comunicación social, es un servicio público más “a los que, tradicionalmente se les ha venido confiriendo el nada despreciable poder de Informar, Entretener y Educar” (Perona y otros, 2007). Y, sin embargo, ha roto esa tendencia a sobre informar, olvidando la de entretener y formar, para, por lo menos, dar un giro a éste último concepto en lo que a educación se refiere (Alonso y otros, 2007). La tecnología, el intercambio de archivos y los nuevos soportes de transmisión mediante el streaming y el podcasting han sido sus dinamizadores, captando la atención de una audiencia que tan sólo escuchaba las emisoras temáticas musicales. “La radio, que históricamente ha presentado múltiples vías de explotación fuera y dentro del aula, y se ha consagrado como un

potente instrumento complementario y de refuerzo de la enseñanza y el aprendizaje, lidera el conjunto de las experiencias que se han ido desarrollando en diferentes países, entre ellos España, las cuales van mucho más allá del potencial instructivo y formativo que históricamente se le ha conferido” (Martins y otros, 2008). Así se consigue que el alumno gestione su propio tiempo; que se acostumbre a compaginar estudio y trabajo; que éstos tengan un seguimiento continuo por sus profesores para poder subsanar sus errores dentro del ámbito docente y que su preparación al mercado laboral sea mucho más rápida y eficiente. Buscamos un crecimiento personal y profesional, basado en el esfuerzo y aprendizaje a través del desarrollo de las siguientes competencias: innovación y creatividad,

habilidades para utilizar las tecnologías y las técnicas comunicativas, liderazgo, capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales, capacidad de asumir retos y capacidad de trabajo bajo presión, habilidades comunicativas, tanto de expresión oral como escrita, dominio de los géneros y contenidos comunicativos así como de su aplicación en los medios, capacidad de planificación y optimización de recursos técnicos y humanos y trabajo en equipo. Las metodologías activas del Aprendizaje Cooperativo, el Aprendizaje Basado en Problemas y el Método del Caso, saltan del aula a prácticas reales en un medio de comunicación, con una repercusión en la calificación final de su asignatura.



Foto 1. Cobertura y retransmisión del Mundial de Sudáfrica



Fig. 1. Logo del Mundial

En el afán de convertir a los alumnos en profesionales, reforzarles las competencias adquiridas y añadirles aquellas que se aprenden en el mundo laboral, UEMCOM Radio ha cubierto y retransmitido eventos informativos, culturales o deportivos que van desde el Sorteo Extraordinario de la Lotería de Navidad hasta la retransmisión de los partidos de la Selección Nacional de Fútbol en el pasado Mundial de Sudáfrica, la reciente Eurocopa de 2012, partidos del Real Madrid o del Barcelona en la Copa del Rey o en la Champions League, así como un especial informativo sobre el desarme de la banda terrorista ETA, la Gala de los Goya, huelgas generales o la cobertura de la campaña electoral del 20 N y su noche electoral. Valga como muestra un par de ejemplos, considerados como dos hitos de la radiodifusión universitaria: La retransmisión del Mundial de Fútbol de Sudáfrica y las Elecciones Generales de noviembre de 2011.

En el primer ejemplo [http://www.ivoox.com/podcast-mundial-futbol-sudafrica-2010\\_sq\\_f16985\\_1.html](http://www.ivoox.com/podcast-mundial-futbol-sudafrica-2010_sq_f16985_1.html), este proyecto surgió a partir de la inquietud por parte del equipo de deportes de UEMCOM Radio por realizar alguna retransmisión en directo de un evento deportivo. Una vez consultadas las fechas del evento (del 11 junio al 11 julio de 2010) y contactadas ciertas personas que a la postre fueron la estructura de todo el entramado, la idea inicial comenzó a cobrar fuerza. Poco a poco, pero a la vez rápidamente, se fue transmitiendo la idea por la redacción de la emisora y la aceptación entre los estudiantes y profesores fue muy satisfactoria.

Se realizaron programas especiales previos al Mundial, uno por cada grupo del campeonato de 30 y 60 minutos de duración. Comenzaron el día 24 de mayo con el Grupo A para continuar con los siguientes

grupos los días 26, 28 y 31 de mayo y 2, 4, 7 y 9 de junio. Los correspondientes a los grupos A y H (primero y último) duraron 60 minutos por el hecho de ser los grupos que abrían y cerraban la programación especial de ‘Silbato Mundial’ previa al comienzo del campeonato. El resto de grupos, en espacios de 30 minutos. Durante los ocho programas previos al inicio del Mundial se realizaron entrevistas (en directo y grabadas), conexiones con redactores del equipo presentes en diversas partes del mundo (lugares cuyo país formaba parte del Mundial), se emitieron cortes de audio relacionados con los temas tratados y se ofrecieron, de la mano de todos los redactores y colaboradores del Silbato Mundial, información de actualidad y datos de interés sobre las selecciones, jugadores y entorno general que rodeaba al Mundial de Sudáfrica 2010. Se comenzó la programación y narración con el apasionante Sudáfrica contra México, el viernes 11 de junio, desde las 15.30h y hasta las 18.00h. A partir de ahí se fueron sucediendo las retransmisiones y partidos en directo tanto del equipo 1, como del equipo 2 de forma indistinta durante la primera fase del campeonato. Se ofrecieron hasta seis encuentros durante esta primera parte de torneo. En total, casi 14 horas de retransmisión deportiva en directo durante la Fase de Grupos del Mundial.

Contamos con la presencia de diversos invitados para algunos de los partidos (Mela Chércoles, Diario As; Nacho Quereda, Seleccionador Nacional de Fútbol Femenino; Paco Reyes, periodista de Onda Cero...), y un despliegue humano y técnico de excepción, tanto dentro como fuera de la universidad.



Foto 2. Chema Mela, Carlos Hierro, Alberto Albarrán y Nacho Quereda

También, incluso durante las conexiones al punto caliente de la explanada del Santiago Bernabéu, donde se encontraba la pantalla gigante que colocó una conocida marca de coches, se tuvo la oportunidad de contactar y charlar con periodistas que cubrían ese momento para sus respectivos medios, como Chema García de RNE o Carlos Sánchez Blas de Onda Madrid. Al mismo tiempo, en la misma zona habilitada, alguno de los reporteros tuvo ocasión de entrevistar a personajes del mundo del fútbol como Ángel Cappa. Para el segundo caso [http://www.ivoox.com/podcast-especial-elecciones-generales-2011\\_sq\\_f126150\\_1.html](http://www.ivoox.com/podcast-especial-elecciones-generales-2011_sq_f126150_1.html), la campaña electoral 2011 en UEMCOM Radio, los responsables de ese proyecto pensamos cuáles eran las asignaturas que podían participar, qué enfoque se le quería dar, en qué medios se iba a trabajar, con qué materiales, etc. Este fue el inicio del Especial 20 N de UEMCOM. Había que contar con el mayor número posible de estudiantes, abriendo la puerta a

todos los alumnos desde primero hasta el último curso de Grado en todas variantes: Grado, Triple y Doble. Además, también se contó con todos aquellos voluntarios de la Facultad que quisieran. La primera premisa era que los alumnos de primero estuvieran acompañados por los de cursos superiores. Las asignaturas que más se acercaban a este proyecto eran: La Radio en una Campaña Electoral, Todo Noticias Radio, Planificación de Coberturas Informativas, Gabinetes de Prensa, Plataformas de Periodismo Multimedia, Producción Periodística, Producción Periodística en Inglés, Redes Sociales, Proyecto de Grado: Infografías y Fotoperiodismo.

Se eligieron los grandes partidos políticos que tenían algo que decir en los comicios, es decir, PSOE, PP, IU, UPyD, CiU + Esquerra Republicana, PNV + Bildu, UPN, Coalición Canaria, BNG y Partido Andalucista. Por otra parte, se realizó un seguimiento especial de aquellos partidos autonómicos que podían contar o tener una gran importancia informativa durante este periodo, es decir, Andalucía, Euskadi, Cataluña, Galicia, Extremadura y Valencia. La decisión de estas Comunidades, y no otras, se fijaron por el flujo informativo y que podían aportar durante este periodo. El hundimiento del PSOE durante las elecciones autonómicas en mayo del 2011, fue una de las bases para elegir determinadas comunidades, como por ejemplo, Extremadura. En Andalucía se quería saber cuál era la intención de voto de cara a sus elecciones autonómicas del 2012. De momento, y según los últimos sondeos, el PP ganaría la mayoría absoluta y sería el último bastión socialista. De hecho, los pésimos resultados en las elecciones autonómicas fueron uno de los motivos por los que se adelantaron las elecciones generales de marzo de 2012 a noviembre de 2011. Va-

lencia era protagonista en estas fechas por el caso Gürtel. En Cataluña el PSOE también perdió y se especulaba si CIU consolidaría su posición a pesar de los ajustes políticos y sociales que estaba llevando a cabo. También se tuvo en cuenta el desgaste de poder como Galicia...

El 1 de octubre de 2011 se inició la cuenta atrás para UEMCOM. Los alumnos de la asignatura de Gabinetes de Prensa comenzaron a trabajar en su dossier. Los estudiantes se dividieron por los distintos grupos políticos que debían analizar. Entre las labores a desempeñar estaba la de hacer un seguimiento de los principales periódicos generalistas: El País, El Mundo, ABC, Público, La Vanguardia, además de algunos regionales para poseer una cobertura informativa de los distintos medios de información a lo largo de este periodo para prepararse de cara al programa especial que UEMCOM Radio hizo la noche de las elecciones.



Foto 3. Laura Fernández Izurquiza entrevistando a Cayo Lara en exclusiva



Fig. 2. Logo del Especial 20 N

A lo largo de este tiempo y hasta que comenzó la campaña electoral, los distintos grupos subieron noticias a UEMCOM News, el periódico digital de la universidad, sobre lo que estaba ocurriendo en las distintas sedes, partidos políticos, creaban perfiles políticos, es decir, documentaban cómo se estaba desarrollando la precampaña. La mayoría de los alumnos de Gabinetes de Prensa formaban parte de la asignatura de Planificación de Eventos Informativos donde tenían que realizar estas noticias y el programa especial de las elecciones.

Antes de comenzar al proyecto, se tuvo una reunión con todos los participantes del 20 N. Alrededor de 150 alumnos de la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Europea de Madrid se preparaban para realizar un hito universitario: por primera vez una universidad y con estudiantes de la misma, iban a realizar un programa especial sobre unas Elecciones Generales. Desde un primer momento, tanto profesores como alumnos, se implicaron en una de las labores periodísticas y radiofónicas más difíciles que cualquier trabajador del medio puede ejecutar a lo lar-

go de su vida. Las ganas, el buen trabajo llevado a cabo y la profesionalidad quedaron patentes desde un primer momento. El segundo problema, fundamental para continuar con esta idea, consistió en la acreditación de los participantes en las sedes de los principales partidos en Madrid, tanto en la campaña electoral como en la noche electoral. Aunque resulte extraño, se cosecharon buenos resultados, pues allí donde sólo estaban acreditadas como máximo dos personas por los medios grandes como Tele 5, RNE o Antena 3, por ejemplo, UEMCOM disponía de cuatro o cinco profesionales. Es cierto que se tuvieron problemas con algunas sedes, como la del PP, resuelto con soltura, y también con UPyD, agrupación que complicó algo las cosas. Era un grupo de estudiantes, futuros profesionales que trabajaron como tales, con redactores, cámaras y gráficos tanto dentro como fuera de las sedes. El 4 de noviembre a las 00.00 horas se inició la cam-



Foto 4. Emisión de la Noche Electoral en UEMCOM Radio

paña con la «Pegada de Carteles». Los distintos equipos se pusieron en marcha para esta primera noche especial. Cuatro o cinco personas formaron cada uno de los equipos: dos redactores, dos fotógrafos y dos cámaras de vídeo. Con el material que recababan debían conseguir audios para los programas especiales en la semana previa a las elecciones. De lunes a viernes durante 30 min., los presentadores de la noche electoral resumieron las entrevistas más importantes, los audios más significativos, así como las noticias de mayor interés. UEMCOM News desplegó una nueva pestaña «Especial 20 N». Audios para programas, archivos y podcast, fotos para el periódico, galerías y archivos, vídeo para clips, reportajes, recursos y archivo,..., en definitiva, un trabajo coral dentro de una redacción digital. Y, por supuesto, sin olvidarse del cierre de campaña, pero sólo en los lugares donde se celebraron en Madrid capital.



Foto 5. UEMCOM Radio en el Palacio de Congresos y Exposiciones el 20 N



Foto 6. La campaña Electoral en UEMCOM Radio. Laura Cueto entrevista a Rosa Díez

El domingo 20 de noviembre a las 20,00 horas arrancaba la emisión especial de la noche electoral en UEMCOM Radio. Hasta que no empezaron a llegar los primeros datos se contactó con analistas políticos y se conectó con las diferentes sedes para conocer el ambiente reinante. Por otra parte, se comunicó con ex alumnos que trabajaban esa noche en sus medios para que nos dieran los datos que habían sacado en sus lugares. Se habló con Aragón, Canarias, Galicia, Castilla La Mancha, Bruselas, además se entrevistó a periodistas/expertos en marketing político.

Dentro del estudio se instalaron José M<sup>a</sup> Peredo y Javier Díez, experto en Relaciones Internacionales el primero y periodista de Telemadrid el segundo, además de profesores en la UEM. Dos alumnos eran los encargados de la presentación del programa y cuatro más los coordinadores. En redacción 40 alumnos, entre voluntarios y matriculados en las asignaturas citadas anteriormente, se dedicaban a recabar infor-

mación y a elaborar documentación para el programa de radio, mientras, creaban infografías y actualizaban el periódico en tiempo real. Las personas destacadas en la calle hacían lo mismo que las otras, además de entrar en directo en el Especial. El trabajo de los coordinadores fue impresionante y demostraron su gran profesionalidad elaborando, entre otras cosas, un informe diario, indicando qué grupo ha trabajado, qué ha cubierto y qué ha publicado en el periódico y qué ha emitido en la radio, qué audios, videos y fotos se han obtenido, qué previsiones había para el día siguiente y enviarlo a los profesores responsables.

Se rodó un making off, se montaron indicativos y promocionales y se emitieron tres boletines informativos en inglés. A cada sede se había desplazado un redactor nativo o bilingüe para realizar conexiones y recabar información para el programa especial en inglés del día siguiente. Se anotaron las expectativas depositadas en los medios internacionales y se complementó el programa con lo emitido en castellano, en esa misma jornada del lunes 21 de noviembre, por los alumnos del magazine semanal La Coctelera, resumiendo la noche electoral y actualizando los datos del escrutinio.

Pero la capacidad demostrada por los alumnos de la UEM no ha tenido límites. Han conseguido emitir un especial “Alto el Fuego de ETA” en tiempo real y en competencia con todos los medios de comunicación nacionales. Han retransmitido partidos de la Champions league y la Eurocopa de Fútbol de Polonia y Ucrania y han abierto un espacio a la ficción y al radio teatro, género olvidado por las grandes cadenas. Otro de los alicientes radica en los programas informativos realizados durante la temporada 2011-2012. En comparación con el resto de emisoras pertenecientes a la

Asociación de Radios Universitarias (A.R.U.), ninguna de ellas (salvo UniLeón, que la temporada pasada sí afrontaba la información general y la intención de iRadio en trabajar en esa dirección) trata la información general como se lleva a cabo en UEMCOM Radio y se centran en el ámbito universitario o en el regional (Prado y otros, 2012). Una emisora universitaria no debe competir con otros medios y debe formar y enseñar a quienes trabajan en sus instalaciones. De hecho, ha de seguir indagando en aquellos campos que los demás atisban o no se atreven a explorar en plenitud. Por ello, UEMCOM Radio, tiene previsto para la próxima temporada 2012- 2013, cambiar de nombre, de logo, de página Web y de contenidos y estructura, en un acercamiento total a la demanda del mercado y a los nuevos horizontes de la radio por Internet. Sin embargo, cuando lo que se inculca son competencias y hábitos de trabajo profesionales, habilidades comunicativas, valoración y ponderación de contenidos, responsabilidad y gestión de recursos, los alumnos no pueden sustraerse al vértigo de los medios y a entrar en esa rueda endiablada por la búsqueda de exclusivas y el servicio a su audiencia, sea cual sea el soporte por el que se emita <http://www.uemcom.es/#> [http://www.ivoox.com/escuchar-uemcom-radio\\_nq\\_2007\\_1.html](http://www.ivoox.com/escuchar-uemcom-radio_nq_2007_1.html).

## Referencias

Alonso, L.; Strotman, B. y Ceballos, J. J. (2007). *Podcasting Multidisciplinar. Una nueva herramienta para la práctica docente*. Madrid: Vicerrectorado de Política Científica y Profesorado. UEM.

Benito, A.; Cruz, A.; Cáceres, I y Alba, E. (2007).

“Hacia la convergencia europea: relato de una experiencia de innovación docente en la UEM”, en *Revista Iberoamericana de Educación*, 42.

Benito, A. (2012). “La educación debe ser nuestra arma más potente para combatir la crisis”, *ABC, Especial Notas de Corte*, martes 17 de julio de, pág. 8.

Martins y Pinto (Org.) (2008). “Comunicação e Cidadania”, *Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6-8 Setembro 2007*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho.

Perona, J. J.; Barbeito, Mariluz y Fajula, A. (2007). “Radio: Nuevas experiencias para la educación en comunicación audiovisual”, *Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 6 - 8 Setembro 2007*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho, pág. 1870.

Prado, L. y Albarrán, A. (2012). “El Altavoz. El programa informativo de UEMCOM Radio”. Proyecto Fin de Grado, Grado en Periodismo. Facultad de Artes y Comunicación. UEM, junio 2012.

Wind, J. y Reibstein, D. (2003). “Aprendizaje en la Era de la Información. Universia Argentina”.

<http://noticias.universia.com.ar/en-portada/noticia/2003/08/06/377841/aprendizaje-era-informacion.html> (Consultada el 5 de julio de 2012).

Anexo

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
00:00	EMISIÓN GRABADA (REPETICIÓN POR STREAMING)				
10:00	EMISIÓN GRABADA (REPETICIÓN POR STREAMING) Y GRABACIONES				
11:00	ATÍPICOS TÓPICOS	INTACTO	RACORD	UEMCOM MUS DANCE 2	UEMCOM MUS LATINA 4
11:30				UEMCOM MÚSICA BSO 2	UEMCOM MÚSICA POP 5
12:00	BOLETIN HORARIO				
12:00	PROGRAMA	UEMCOM MÚSICA BSO 1	GLOBAL NEWS REVIEW	UEMCOM MUS LATINA 2	ATÍPICOS TÓPICOS
12:30	PROGRAMA	UEMCOM MUS LATINA 1	UEMCOM MÚSICA POP 3	MUSIC MESSAGES	
13:00	BOLETIN HORARIO				
13:00	PROGRAMA	MÚSICA PARA HACER LA DIGESTIÓN	BUSSINES CLASS	PROGRAMA	UEMCOM MUS DANCE 4
13:30	PROGRAMA		UEMCOM MUS CHILL QUIT 2	PROGRAMA	EN MARCHA
14:00	DATOS	TRENDY TRAVEL	EN LA ONDA	PROGRAMA	UEMCOM MUS CHILL QUIT 4
14:30	PROGRAMA			UEMCOM MUS CHILL QUIT 3	UEMCOM MÚSICA BSO 4
15:00	UEMCOM MÚSICA POP 1	LA SALUD ES COSA DE TODOS	GAME PLAY	ROUNDERS (quincenal)	ROLL
15:30	UEMCOM MUS CHILL QUIT 1				
16:00	BOLETIN HORARIO				
16:00	SILBATO DEPORTIVO	TOP FIVE	INFUSIÓN MUSICAL	UEMCOM MÚSICA BSO 3	SILBATO DEPORTIVO
16:30				UEMCOM MUS ROCK 4	
17:00	BOLETIN HORARIO				
17:00	LA COCTELERA	UEMCOM MÚSICA POP 2	LA COCTELERA	ESPIRAL POP	LA COCTELERA
17:30		UEMCOM MUS ROCK 2		UEMCOM MUS LATINA 3	EL ENTREFUTBOL
18:00		SDF		UEMCOM MUS DANCE 3	
18:30				UEMCOM MÚSICA POP 4	
19:00	UEMCOM MUS ROCK 1	EL ALTAVOZ	UEMCOM MUS ROCK 3	UEMCOM MÚSICA POP 4	EL ALTAVOZ
20:00	UEMCOM MUS DANCE 1	TX DEPORTIVAS SEGÚN CALENDARIO			UEMCOM MUS DANCE 5
23:00	EMISIÓN GRABADA (REPETICIÓN POR STREAMING) Y GRABACIONES				

Fig. Rejilla mayo 2012