



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Periodismo en desconexión: Un *podcast* que  
cuestiona la formación universitaria en la  
era digital**

**Unai Sáez Fernández**

**Tutor: Daniel Pascual Martínez**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de  
América y Periodismo**

**Curso: 2024-25**

## **RESUMEN:**

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo analizar la desconexión existente entre la formación universitaria en periodismo, donde se priorizan las enseñanzas y referencias relacionadas con los medios tradicionales, y las exigencias actuales del entorno profesional, marcadas por lo digital. A través de un *podcast* dividido en cinco episodios, el proyecto recoge testimonios de profesores, alumnos, egresados y periodistas, y los combina con análisis de datos y estudios académicos para evidenciar una brecha formativa cada vez más evidente. El trabajo aborda cuestiones como la escasa presencia de competencias digitales en los planes de estudio, la falta de práctica en las aulas o la necesidad de autoformarse para acceder al mercado laboral. El resultado es una propuesta crítica y sonora que, lejos de ofrecer respuestas definitivas, abre una conversación sobre qué tipo de periodista requieren los medios actuales y cuáles se están formando en la universidad, en la actualidad.

## **PALABRAS CLAVE:**

Formación universitaria, Periodismo digital, Pódcast, Competencias digitales

## **ABSTRACT:**

This TFG aims to analyze the existing disconnect between university training in journalism, where teaching and references related to traditional media are prioritized, and the current demands of the professional environment, marked by the digital. Through a podcast divided into five episodes, the project collects testimonials from professors, students, graduates and journalists, and combines them with data analysis and academic studies to highlight an increasingly evident training gap. The work addresses issues such as the scarce presence of digital skills in curricula, the lack of practice in the classroom or the need for self-training to access the labor market. The result is a critical and sonorous proposal that, far from offering definitive answers, opens a conversation about what kind of journalist the current media require and which ones are being trained in the university today.

## **KEYWORDS:**

University Education, Digital Journalism, Podcast, Digital Skills

**Enlace al *podcast*:**

<https://uvaes->

[my.sharepoint.com/:f/g/personal/unai\\_saez\\_estudiantes\\_uva\\_es/Etagkz683qVHhhFW](https://my.sharepoint.com/:f/g/personal/unai_saez_estudiantes_uva_es/Etagkz683qVHhhFW)

[kx-VZxgBMQ8oaJHpUh4K7UUYf0nVFA?e=QeuK7v](https://my.sharepoint.com/:f/g/personal/unai_saez_estudiantes_uva_es/Etagkz683qVHhhFWkx-VZxgBMQ8oaJHpUh4K7UUYf0nVFA?e=QeuK7v)

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b> .....	5
<b>1.1 Justificación</b> .....	5
<b>1.1.1 Motivación personal</b> .....	5
<b>1.1.2 Transcendencia académica</b> .....	5
<b>1.1.3 Relevancia social</b> .....	6
<b>1.2 Objetivos</b> .....	7
<b>1.3 Fundamentos teórico-académicos:</b> .....	8
<b>2. Plan de trabajo</b> .....	9
<b>2.1 Temporalización</b> .....	9
<b>2.2 Preproducción</b> .....	11
<b>2.2.1 Estado de la cuestión</b> .....	11
<b>2.2.2 Adecuación del proyecto</b> .....	13
<b>2.2.3 Definición del proyecto</b> .....	14
<b>2.2.4 Elección de entrevistados</b> .....	15
<b>2.3 Producción</b> .....	16
<b>2.4 Postproducción</b> .....	17
<b>3. Conclusiones</b> .....	18
<b>4. Referencias bibliográficas</b> .....	18

## **1. Introducción**

### **1.1 Justificación**

#### **1.1.1 Motivación personal**

Desde niño, el periodismo deportivo ha sido una de mis grandes pasiones. Crecí escuchando la radio y viendo la televisión para seguir de cerca la actualidad del FC Barcelona y del Deportivo Alavés, mis dos equipos. Sin embargo, con el paso del tiempo, mi consumo informativo se desplazó hacia los canales que, hoy en día, marcan el ritmo del presente: el *streaming*, YouTube y las redes sociales. Aquí descubrí que el periodismo ya no solo se escribe ni se cuenta, también se ve, se comenta, se comparte y se construye en comunidad. Fue en ese entorno donde me enamoré definitivamente de la profesión.

Entré en la carrera de Periodismo con la ilusión de ponerme delante de una cámara, manejar herramientas digitales y afrontar los retos reales del oficio. Pero pronto me encontré con un modelo de formación centrado en la maquetación en papel, la redacción tradicional y con escasas oportunidades prácticas para experimentar con el periodismo visual o digital. Esa desconexión entre lo que se enseña y lo que hoy exige el mercado fue lo que despertó en mí la necesidad de investigar más a fondo esta brecha.

Este Trabajo de Fin de Grado es, por tanto, una oportunidad para dar respuesta a esa desilusión. Me permite analizar cómo ha cambiado el oficio y qué carencias tiene la universidad a la hora de preparar a los futuros periodistas para un ecosistema dominado por lo digital. Además, supone un reto personal que me obliga a aplicar todo lo aprendido (y también lo que he tenido que aprender por mi cuenta) en la investigación, el análisis y la producción de un contenido propio. A través de este trabajo no solo busco aportar una reflexión crítica sobre el estado actual de la formación en periodismo, sino también reivindicar un modelo más conectado con la realidad y a través de un formato digital, en pleno auge y con sus particulares formas de narrar y comunicar: el *podcast*.

#### **1.1.2 Transcendencia académica**

Este trabajo no solo responde a una motivación personal, sino que también aspira a aportar valor dentro del ámbito académico. Frente a los enfoques clásicos centrados en la prensa,

la radio o la televisión convencional, este proyecto se adentra en un terreno todavía poco explorado en el contexto universitario: el análisis crítico de la desconexión entre la formación en Periodismo y las nuevas realidades del oficio digital. A través del formato *podcast* y de una investigación aplicada, se pone el foco en cómo la universidad española ha quedado rezagada frente a un ecosistema mediático establecido en multiplataforma y con audiencias fragmentadas.

Desde una perspectiva académica, este trabajo contribuye al estudio de las competencias digitales y las narrativas emergentes, dos áreas clave en la investigación en comunicación. La revisión bibliográfica, el análisis de planes de estudio, la interpretación de datos de inversión publicitaria y consumo, y la incorporación de entrevistas a profesionales y estudiantes, permiten ofrecer una visión documentada y crítica sobre el estado actual de la formación en Periodismo en España.

Además, el trabajo cubre un vacío temático evidente. Pese a la creciente literatura sobre transformación digital en los medios, apenas existen estudios que aborden de forma específica la desconexión entre universidad y profesión desde la mirada del estudiante. En este sentido, el TFG aporta una aproximación novedosa y útil, tanto para futuras investigaciones como para otros estudiantes que, también se han sentido desorientados entre lo que han estudiado en las aulas y lo que se demanda fuera de ellas.

Asimismo, muchos estudiantes se ven obligados a completar su formación con másteres de especialización en entornos digitales, debido a que no han adquirido esas competencias durante el grado. Esto supone un esfuerzo económico adicional que no todos pueden afrontar, especialmente cuando los másteres públicos más demandados cuentan con plazas limitadas y una elevada competencia. La falta de preparación en la universidad también condiciona la equidad en el acceso a una formación avanzada.

El trabajo, por tanto, no solo representa una experiencia formativa individual. También pretende abrir un espacio de reflexión colectiva dentro del ámbito universitario, con el fin de repensar qué tipo de periodista se forma hoy y qué trabajo periodístico es mayoritario en el mercado actual.

### **1.1.3 Relevancia social**

En un momento de transformación, el periodismo sigue siendo una pieza clave para entender el mundo. Sin embargo, su legitimidad y utilidad dependen, hoy más que nunca,

de su capacidad de adaptarse al entorno digital. Vivimos en una era donde gran parte de la información circula a través de medios digitales, *streamings*, redes sociales, *podcast* y plataformas multimedia. En este contexto, seguir formando periodistas para un ecosistema ya en retroceso debilita la profesión y deja a los alumnos vacíos de determinadas habilidades necesarias para afrontar el mercado laboral, con la consiguiente pérdida para la sociedad.

Este trabajo pone el foco precisamente en esa urgencia: la de actualizar la formación periodística para que no pierda su papel como garante de una información rigurosa, crítica y socialmente útil. En una sociedad cada vez más conectada, pero también más desinformada, el periodista necesita dominar no solo los fundamentos éticos y narrativos del oficio, sino también las herramientas, lenguajes y dinámicas propias del entorno digital.

La relevancia social de este TFG reside en visibilizar esa brecha entre universidad y realidad, entre lo que se enseña y lo que se ejerce. A través de entrevistas, datos y análisis, el trabajo busca contribuir a una reflexión sobre el papel de la universidad en la construcción de un periodismo que no pierda su esencia, pero que esté a la altura de los tiempos.

Además, este trabajo pretende ser también una llamada de atención a las instituciones académicas: si el periodismo sigue siendo esencial para la democracia y la cohesión social, entonces la formación que lo sostiene debe ser igualmente esencial, rigurosa y, sobre todo, actualizada. Porque solo desde una formación conectada con lo real, será posible formar profesionales capaces de responder a los desafíos del presente y a las necesidades informativas del futuro.

## **1.2 Objetivos e hipótesis**

Este reportaje profesional se plantea como principal objetivo crear y producir un *podcast* periodístico que analice, de forma crítica y documentada, la desconexión entre la formación universitaria en Periodismo, que tiene un foco aún muy marcado en los medios convencionales, y la realidad de la profesión, que ha mutado como demuestran numerosos datos, en un ecosistema digital y exige, por tanto, unas competencias y aprendizajes distintos.

La consecución de este objetivo general conlleva el cumplimiento de una serie de logros específicos, que son los siguientes:

- Objetivo 1: Analizar la evolución de los planes de estudio en las universidades españolas, identificando hasta qué punto han incorporado o no las competencias digitales demandadas hoy en el sector.
- Objetivo 2: Documentar el cambio del mercado periodístico con datos del consumo y de la inversión publicitaria, utilizando datos contrastados de fuentes como el EGM (Estudio General de Medios), InfoAdex (Estudio de Inversión Publicitaria en Medios en España) o IAB (Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales en España).
- Objetivo 3: Conocer lo que opinan los miembros de la comunidad universitaria afectada mediante entrevistas personales, que sirvan como eje central del proyecto y aporten una visión directa sobre la desconexión educativa.
- Objetivo 4: Aplicar los conocimientos adquiridos durante el Grado en Periodismo, especialmente en redacción, producción de audio, técnicas de entrevista, narrativas digitales y lenguaje sonoro, en la producción de un formato en auge, el *podcast*, que cada vez gana más adeptos y espacio a la radio convencional, pese a la escasa o nula presencia en los estudios de periodismo.

El desarrollo de este trabajo parte también de una serie de hipótesis iniciales que permiten orientar la investigación periodística y establecer una base sobre la que contrastar los resultados obtenidos. Las hipótesis planteadas son las siguientes:

- Hipótesis 1: La falta de actualización en los planes de estudio en Periodismo obliga a los estudiantes a buscar por su cuenta la formación práctica y digital que no reciben en la universidad.
- Hipótesis 2: El modelo universitario actual, centrado en la teoría y en formatos convencionales, no responde al perfil profesional que demanda el mercado.

### **1.3 Fundamentos teórico-académicos:**

La elaboración de este Trabajo de Fin de Grado en forma de *podcast* ha requerido una combinación de competencias técnicas, narrativas y analíticas que he ido adquiriendo a lo largo de los cuatro años en el Grado en Periodismo en la Universidad de Valladolid.

Algunas de estas habilidades se trabajaron de forma puntual o introductoria, pero han sido suficientes para establecer una base sobre la que construir este proyecto. Las principales competencias aplicadas en el desarrollo del *podcast* son las siguientes:

- Capacidad de expresión oral, redacción y estructuración de contenidos informativos y divulgativos, trabajada en asignaturas como Redacción Periodística y Radio Informativa.
- Conocimiento de los géneros periodísticos y sus diferencias, especialmente del reportaje interpretativo y la entrevista, clave para la elaboración del contenido del *podcast*, aprendido en Géneros Periodísticos Interpretativos.
- Manejo de herramientas básicas de edición de audio, adquirido en la asignatura de Radio Informativa, que ha resultado fundamental para el montaje del *podcast*, especialmente con programas como Audacity o Adobe Audition.
- Capacidad para adaptar el contenido periodístico a formatos digitales y multiplataforma, desarrollada en asignaturas como Ciberperiodismo o Periodismo Participativo en la Red.
- Competencias en el uso de fuentes, contraste informativo y análisis del discurso, trabajadas en asignaturas como Periodismo de Investigación o Periodismo Especializado.
- Habilidades de síntesis, guionización y narración sonora, esenciales para la construcción de episodios coherentes y atractivos, desarrolladas parcialmente en Radio Informativa y en trabajos prácticos a lo largo del grado.

## **2. Plan de trabajo**

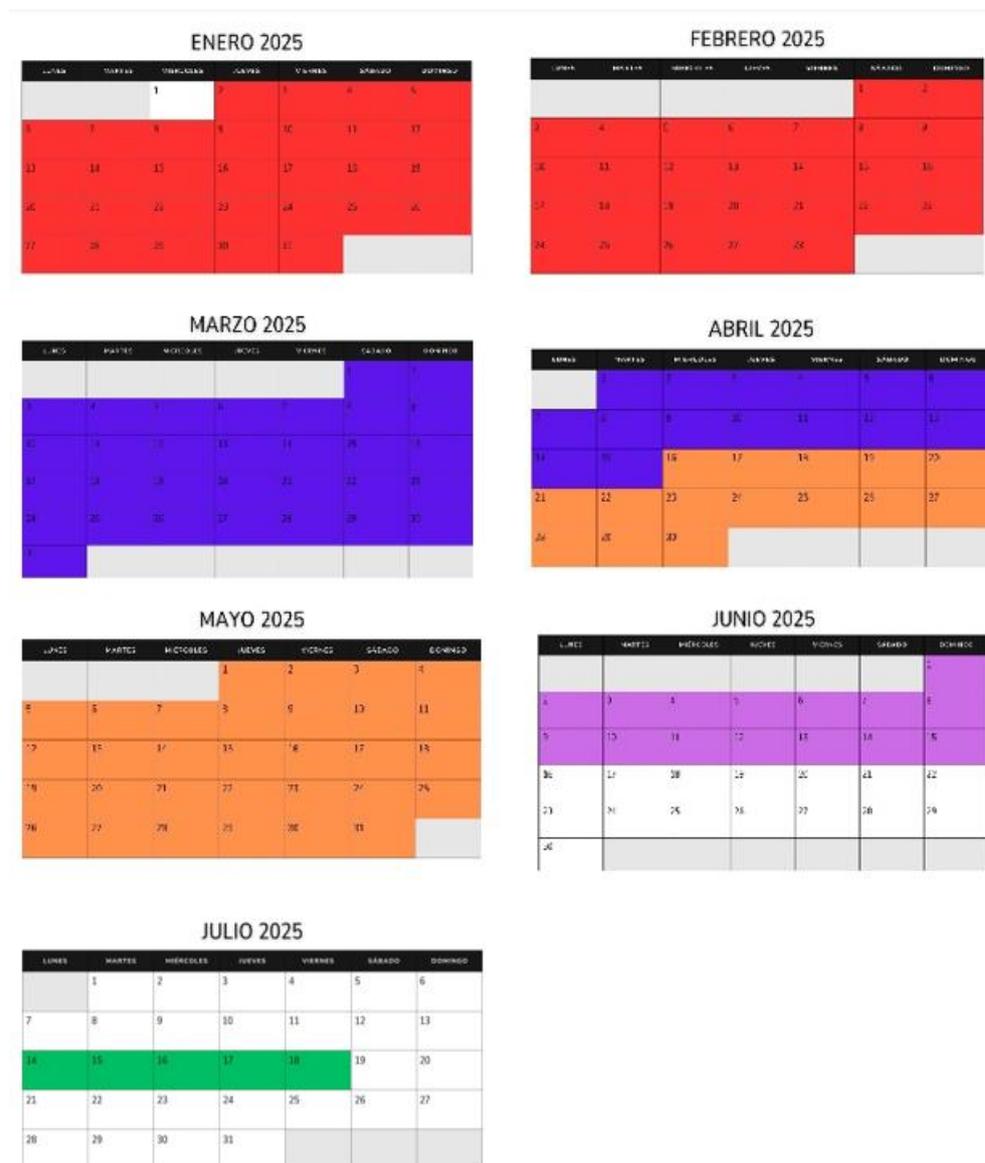
### **2.1 Temporalización**

El progreso del trabajo ha sido dividido en cuatro fases:

1. Planificación: dos primeros meses en los que se ha investigado sobre la evolución y el estado actual de los planes de estudio de las distintas universidades españolas, datos sobre inversión en publicidad en los distintos medios de comunicación y datos de audiencia de estos, además de plantear los perfiles de posibles personas que entrevistar.

2. Producción: espacio de mes y medio en los que se graban las entrevistas y se comienza a elaborar la identidad del *podcast*.
3. Postproducción: tiempo de ocho semanas en el que se locutan y editan los distintos episodios, para luego revisar y corregir errores.
4. Publicación: intervalo de cinco días en la que se lanzará el *podcast* a las plataformas Spotify e Ivoox, una vez revisado el TFG por la Comisión Evaluadora, para tener en cuenta sus correcciones.

**Tabla 1. Cronograma.**



Fuente: Elaboración propia

## 2.2 Producción

### 2.2.1 Estado de la cuestión

El ecosistema periodístico ha cambiado radicalmente en las últimas dos décadas. La digitalización, la irrupción de nuevas plataformas y el cambio en los hábitos de consumo informativo han provocado una transformación estructural del sector. Lejos de adaptarse con la misma rapidez, los grados de periodismo de las universidades españolas han mantenido en gran medida una estructura académica anclada en modelos formativos del pasado, generando una desconexión entre lo que se enseña y lo que realmente exige la profesión.

Uno de los síntomas más evidentes de esta desconexión es la brecha competencial entre el periodista que se forma en la universidad y el que reclaman los medios. Díaz Monsalvo y M. Ángel (2022) destacan las empresas demandan profesionales polivalentes, con dominio de narrativas digitales, capacidad de gestionar comunidades en línea, criterio para seleccionar contenidos multiplataforma y habilidades para interactuar directamente con la audiencia. Sin embargo, la formación universitaria en España sigue careciendo, en muchos casos, de asignaturas obligatorias de alfabetización digital o de prácticas reales con herramientas del entorno profesional.

Este desfase entre formación y realidad se hace aún más visible si se observan los datos de consumo y de inversión. Según el Estudio General de Medios (EGM), el consumo de prensa diaria ha caído más de un 41% desde 2018. Mientras tanto, los medios digitales han incrementado su relevancia y la inversión publicitaria se ha reorientado hacia ellos. En 2024, los medios digitales absorbieron el 66% de la inversión total en medios, frente al 4% de los diarios impresos (IAB, 2025; InfoAdex, 2024). Esta redistribución económica refuerza la urgencia de una formación universitaria alineada con las competencias y los formatos dominantes del mercado laboral.

El diagnóstico es compartido por numerosos investigadores. López-García y Vizoso (2021) denuncia que muchos planes de estudio siguen anclados en marcos obsoletos, como el Libro Blanco de ANECA de 2001, sin una integración transversal y efectiva de competencias digitales. Este desfase se traduce en una preparación deficiente para asumir las nuevas funciones del periodista contemporáneo: producción de contenido transmedia, pensamiento crítico frente a la desinformación, adaptación a los lenguajes de cada plataforma, gestión de la identidad digital o análisis de métricas de impacto.

Además, la investigación más reciente insiste en la necesidad de redefinir las competencias del periodista digital. Cruz-Silva (2020) destaca habilidades como la creación de contenido multimodal, el dominio de procesos de verificación digital, la elaboración de piezas originales basadas en investigación propia o la capacidad de adaptar narrativas al estilo de cada medio. Estas competencias no son complementarias, sino fundamentales, y sin embargo, siguen sin incorporarse de forma estructural al currículo universitario.

En este contexto, el estudio de Sánchez-García y Tejedor (2022) ofrece una de las aportaciones más relevantes sobre la evolución de la enseñanza técnico-digital en los estudios de Periodismo en España. A través del análisis de 112 programas y 242 asignaturas en tres momentos clave (la última licenciatura, el primer grado adaptado al EEES y la actualización curricular de 2020), los autores constatan que, aunque ha habido una mejora progresiva en la incorporación de materias digitales, esta no ha sido proporcional al ritmo de transformación del sector mediático.

El estudio concluye que los cambios introducidos han sido, en su mayoría, de carácter genérico e híbrido. Las universidades han apostado por una formación más amplia que especializada, con denominaciones como “tecnologías de la información” o “multimedia”, pero sin una consolidación real de asignaturas centradas en aspectos clave del nuevo periodismo, como el periodismo de datos, la gestión de comunidades, las narrativas transmedia o el análisis algorítmico. De hecho, en 2020, más del 60% de los grados analizados mantenían exactamente las mismas asignaturas obligatorias que en 2010. Esto evidencia un avance parcial, pero también una preocupante tendencia al estancamiento.

En definitiva, los estudios coinciden en que, mientras el periodismo se ha visto obligado a reinventarse en todos sus frentes (técnico, narrativo, económico y profesional), la universidad apenas ha modificado sus estructuras. El resultado es una formación que, en muchos casos, prepara para un mundo que ya no existe. Este TFG se propone precisamente incidir en esa brecha, escuchando las voces de quienes la viven en primera persona (alumnos, egresados, periodistas y profesores) y explorando vías de conexión entre la academia y la realidad del nuevo periodismo digital.

### 2.2.2 Adecuación del proyecto

El proyecto resulta plenamente viable desde una perspectiva profesional y técnica. Para su desarrollo, cuento con los recursos necesarios que me permiten llevar a cabo todas las fases de producción del *podcast* de forma autónoma. En el plano técnico, dispongo de un micrófono Trust Gaming GXT 241 Velica, un dispositivo USB de calidad profesional que garantiza una correcta captación de voz y una buena forma de onda, elementos fundamentales para asegurar una experiencia sonora adecuada para el oyente.

Además, utilizo un ordenador portátil personal ASUS TUF Gaming F15 con capacidad suficiente para ejecutar Audacity, el programa de edición de audio con el que maquetaré y montaré cada uno de los episodios, y un teléfono móvil Iphone 11 que he usado para contactar con los entrevistados y, en algunos casos, grabarlos a través de una llamada. En el ámbito visual, cuento con habilidades en el manejo de Canva, herramienta con la que diseñaré la portada del *podcast* y otros elementos gráficos complementarios, siguiendo criterios de coherencia estética y comunicativa.

**Tabla 2. Análisis DAFO**

Debilidades	Amenazas
Proyecto puntual (serie cerrada) que puede limitar su alcance o continuidad en el tiempo.	Negación o ausencia de respuesta en la solicitud de entrevistas.
Carencia de una red de difusión consolidada: sin un canal previo con oyentes habituales, la llegada al público puede depender del boca a boca.	Dificultades para llegar al público objetivo a través de un formato con tanta competencia como el <i>podcast</i> .
Recursos técnicos limitados para la producción sonora.	Posible percepción crítica o polémica por parte de instituciones educativas al abordar sus carencias formativas.
Fortalezas	Oportunidades
Formato atractivo y en auge: el <i>podcast</i> permite una narración flexible, con ritmo y cercanía.	Posibilidad de difusión a través de universidades, medios de comunicación, asociaciones profesionales y redes sociales.
Variedad de voces: incluye testimonios de profesores, alumnos, egresados y periodistas, lo que enriquece el contenido.	Puede servir como punto de partida para futuras iniciativas similares, ampliando temáticas o formatos.

Experiencia en la grabación de <i>podcast</i> y entrevistas.	Posibilidad de segmentación publicitaria para difundir el <i>podcast</i> a públicos específicos interesados.
--	--

Fuente: Elaboración propia

### 2.2.3 Definición del proyecto

- Nombre: El título escogido hace referencia a la brecha existente entre la formación académica en las facultades de periodismo y las exigencias reales del entorno profesional actual.
- Formato: *Podcast* narrativo con entrevistas. Cada episodio combina una parte de exposición informativa con testimonios de periodistas, profesores y estudiantes, todo editado con ambientación sonora y estructura de *storytelling*.
- Contenido: el trabajo se distribuye de la siguiente manera:
  - Episodio 1:** ¿Nos están preparando?
  - Episodio 2:** Aprender fuera, el otro camino
  - Episodio 3:** Adaptarse o quedarse atrás
  - Episodio 4:** La voz de quienes enseñan
  - Episodio 5:** Cerrar la brecha
- Público objetivo: Estudiantes de periodismo y comunicación, docentes universitarios, profesionales del sector mediático y responsables de políticas educativas. También puede interesar a oyentes interesados en el futuro del periodismo y la educación superior.
- Logo: La imagen del *podcast* ha sido elaborada con Inteligencia Artificial, concretamente con la herramienta *ChatGPT* (OpenAI, 2025), a partir de la siguiente instrucción: “Diseña un logotipo para un *podcast* sobre periodismo que represente la idea de desconexión entre la universidad y la práctica profesional. Debe incluir un micrófono conectado a un cable que termine en un enchufe desenchufado, y el título del programa: Periodismo en Desconexión, en una tipografía clara y moderna”.

**Imagen 1. Logo de “Periodismo en desconexión”.**



Fuente: OpenAI (2025)

#### **2.2.4 Elección de entrevistados**

Para la elaboración del *podcast*, he seleccionado un conjunto de entrevistas que permite abordar el tema desde distintas perspectivas clave: la académica, la profesional y la estudiantil. La elección de los perfiles responde a la necesidad de ofrecer una visión completa y contrastada sobre la desconexión entre los estudios universitarios de periodismo y las exigencias del mercado laboral actual.

Desde el ámbito académico, las entrevistas a Estrella Alonso y María Díez, profesoras de la Universidad de Valladolid, aportan el punto de vista institucional y pedagógico. En particular, Estrella Alonso es docente en asignaturas como Ciberperiodismo e Innovaciones Tecnológicas Aplicadas al Periodismo.

Desde la práctica profesional, se incluyen perfiles diversos que representan distintos modelos del nuevo ecosistema periodístico:

- Adrián Rodríguez, redactor en El Norte de Castilla, permite conocer la perspectiva de un periodista joven en plena reconversión del medio hacia el entorno digital.
- Álvaro de Grado, narrador en DAZN y creador de contenido en TikTok, ejemplifica cómo algunos periodistas están combinando su labor informativa con nuevos formatos y plataformas digitales.

- Juan Díez, creador de contenido en Instagram, director de informativos en RTVCyL y colaborador en El Norte de Castilla representa un perfil híbrido entre medios tradicionales y redes sociales, clave para entender la versatilidad que exige el panorama actual.

Por último, desde el punto de vista estudiantil, las voces de Jaime Perrote y Borja Pérez, alumnos de cuarto curso de Periodismo en la UVa, ofrecen un testimonio directo sobre la experiencia universitaria actual, las carencias percibidas en su formación y sus expectativas profesionales.

Además de los perfiles finalmente incluidos, también se intentó contactar con otros profesionales que habrían podido enriquecer el enfoque del proyecto, especialmente en el ámbito digital, la estrategia de redes sociales o el contenido audiovisual. Sin embargo, no se obtuvo respuesta por parte de:

- Adrián Blanco, periodista deportivo en YouTube, redes sociales y Radio Marca.
- Mari Luz Peinado, responsable de estrategia digital en *El País*.
- Pau Rodríguez, periodista en *eldiario.es*.
- Abel Planelles, creador de contenido especializado en prensa del corazón en TikTok.
- Rubén González, responsable del proyecto *Noticias Ilustradas* en Instagram y TikTok.

### **2.3 Producción**

Una vez definida la estructura del *podcast* y seleccionados los perfiles, se procedió a organizar el calendario de entrevistas y producción.

#### a) Entrevistas

Las entrevistas se realizaron a lo largo de los meses de marzo y abril. Tras contactar con los participantes, se concretaron fechas y formas de grabación en función de su disponibilidad. Antes de cada conversación se preparó un cuestionario personalizado, con preguntas adaptadas al perfil de cada entrevistado.

Por motivos logísticos, dos entrevistas se realizaron por teléfono: la de Álvaro de Grado, que reside en Madrid, y la de Adrián Rodríguez, debido a cuestiones de disponibilidad. El resto de las entrevistas se grabaron de manera presencial, en espacios acordados con cada uno de los protagonistas.

#### b) Búsqueda de recursos sonoros

Además de las entrevistas, se llevó a cabo una búsqueda y selección de clips de audio que ayudaran a contextualizar el contenido de algunos episodios, especialmente en la introducción del primero. Para ello, se localizaron y descargaron fragmentos de telediarios históricos y piezas informativas representativas de distintas épocas, con el objetivo de mostrar la evolución del periodismo audiovisual hasta llegar al entorno digital actual.

También se buscaron y descargaron distintas canciones e instrumentales para incluir como fondo sonoro o transición entre secciones. Estas músicas sirvieron para dar ritmo y ambientación al *podcast*.

### **2.4 Postproducción**

Una vez grabadas las entrevistas y recopilados los recursos sonoros necesarios, se llevó a cabo el proceso de postproducción del *podcast*, con el objetivo de ensamblar los distintos elementos en un formato coherente, dinámico y de calidad.

#### a) Edición del contenido sonoro

Toda la edición se realizó mediante el programa Audacity, con el que se organizaron y limpiaron los audios de cada entrevista, se eliminaron ruidos de fondo y se ajustaron los niveles de sonido. También se incorporaron músicas para las transiciones, intros y cierres de los episodios, así como fragmentos de telediarios y clips seleccionados previamente, especialmente en la introducción del primer capítulo.

Cada episodio fue estructurado en torno a un hilo narrativo que combinaba la voz del locutor con los testimonios seleccionados, respetando un ritmo fluido y claro para la audiencia.

#### b) Revisión y correcciones

Una vez finalizado el montaje, se revisó todo el contenido de manera integral y se elaboró una versión preliminar que fue enviada al tutor del trabajo. Tras recibir sus observaciones, se realizaron las correcciones necesarias.

Estas modificaciones consistieron principalmente en ajustes de redacción en la parte locutada, mejoras en la contextualización de algunos fragmentos y pequeños retoques en el orden de los cortes para mejorar la cohesión del discurso.

### **3. Conclusiones**

Tras la realización del *podcast* se puede afirmar que se han cumplido los objetivos propuestos al inicio del trabajo, tanto el principal como los cuatro específicos.

Las hipótesis de partida (Hipótesis 1 e Hipótesis 2) han sido respaldadas tanto por el análisis documental como por los testimonios recogidos a lo largo del proyecto. Las voces de estudiantes, egresados, profesores y profesionales en activo han permitido construir un relato coral que evidencia esa brecha formativa y la falta de adaptación a las nuevas exigencias del ecosistema mediático.

La elaboración del *podcast* ha facilitado la aplicación práctica de competencias desarrolladas durante el grado, como la redacción periodística, la producción sonora, el guion narrativo o el manejo de herramientas de edición. A su vez, ha permitido incorporar aprendizajes externos relacionados con la gestión de entrevistas, la producción autónoma de contenido y la organización de un proyecto sonoro completo.

Uno de los aspectos más enriquecedores ha sido constatar que el problema no reside únicamente en los contenidos académicos, sino en la lógica con la que se estructura la enseñanza del periodismo. Muchos estudiantes se ven obligados a aprender por su cuenta aquello que no se les ofrece en las aulas, lo que genera desigualdades en el acceso a oportunidades laborales. Esta autoformación, si bien demuestra iniciativa, también implica un coste que no todos pueden asumir en igualdad de condiciones.

Por otra parte, los testimonios de los docentes han aportado una visión comprensiva sobre las dificultades internas del sistema universitario. La lentitud de los procesos burocráticos y la rigidez institucional son obstáculos reales que dificultan la actualización de los planes de estudio, aunque también se recordó que la función de la universidad no es únicamente enseñar herramientas, sino formar profesionales críticos, reflexivos y con pensamiento autónomo.

El trabajo ha supuesto un reto tanto a nivel técnico como personal, pero ha ofrecido una experiencia completa y útil para el futuro profesional. Aunque algunas voces previstas no pudieron finalmente participar, la capacidad de adaptación y la reformulación de

planteamientos iniciales han sido parte esencial del proceso. El resultado final no solo busca exponer un problema, sino abrir caminos para repensar la formación periodística desde la práctica y con voluntad de cambio.

En definitiva, este proyecto no pretende dar respuestas definitivas, pero sí poner en valor la necesidad de repensar la universidad desde una lógica más conectada con la realidad. Escuchar a los estudiantes, incorporar más práctica, actualizar contenidos y reforzar los vínculos con los medios son pasos necesarios para reducir la brecha formativa. Porque si el periodismo sigue siendo esencial para la sociedad, también debe serlo la forma en que lo enseñamos.

#### 4. Referencias bibliográficas

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2024, diciembre 10). *3.ª ola del Estudio General de Medios (EGM) 2024* [Nota de prensa].

Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios-periodicopublicidad.com+15aimc.es+15reasonwhy.es+15reasonwhy.es+3es.linkedin.com+3es.wikipedia.org+3>

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2018, abril 18). *1.ª ola del Estudio General de Medios (EGM) 2018* [Nota de prensa]. Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>

Cruz-Silva, J. A. (2020, junio). Competencias y metacompetencias de los periodistas digitales. *URU. Revista de Comunicación y Cultura*, 3, 53–66.

<https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.5>

Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales 2025 – *IAB Spain* (2024). <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-inversion-publicitaria-en-medios-digitales-2025/>

Díaz Monsalvo, M. Ángel. (2022). La brecha entre formación y empleo en el perfil profesional radiofónico: Estudio de caso de las emisoras generalistas y universitarias de Castilla y León. *Fonseca, Journal of Communication*, (24), 233–256.

<https://doi.org/10.14201/fjc.28217>

InfoAdex. (2024). *Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2024*.

InfoAdex, S.A.

López-García, X., & Vizoso, Ángel. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional De La información*, 30(3).

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.01>

OpenAI. (2025). ChatGPT (modelo GPT-4, abril 2025). <https://chat.openai.com/chat>

Sánchez-García, Pilar; Tejedor, Santiago (2022). “La enseñanza técnico-digital en los estudios de Periodismo en España: hacia una formación híbrida genérica y especializada en lenguajes y formatos”. *Profesional de la información*, v. 31, n. 1, e310105. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.05>

## **5. Anexos**

**Anexo 1:** enlace al *podcast*

[https://uvaes-my.sharepoint.com/:f/g/personal/unai\\_saez\\_estudiantes\\_uva\\_es/Etagkz683qVHhhFWkx-VZxgBMQ8oaJHpUh4K7UUYf0nVFA?e=QeuK7v](https://uvaes-my.sharepoint.com/:f/g/personal/unai_saez_estudiantes_uva_es/Etagkz683qVHhhFWkx-VZxgBMQ8oaJHpUh4K7UUYf0nVFA?e=QeuK7v)