

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**Audiencia y motivaciones para el consumo de los contenidos
de las Radios Universitarias en México: El caso de Radio UNI
89.7 UANL**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Francisco Gerardo Valdez Rincón

Directores

Miguel Ángel Ortiz Sobrino
Dolores Rodríguez Barba

Madrid

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**Audiencia y motivaciones para el consumo de los contenidos de las Radios
Universitarias en México: El caso de Radio UNI 89.7 UANL**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

D. Francisco Gerardo Valdez Rincón

DIRECTORES

Dr. Miguel Ángel Ortiz Sobrino

Dra. Dolores Rodríguez Barba

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios Nuestro Señor y a la Santísima Virgen María por las gracias y bendiciones recibidas.

A mis padres Rogelio Valdez y Dominga Rincón por formar la familia en la cual crecí.

A mi querida esposa Verónica Guajardo por ser la luz y fortaleza de nuestra familia.

A mis hijos Emiliano, Rodrigo y Alejandro por llenar nuestra casa de alegría y nuestra vida de motivos para superarse día a día.

Dedicatoria especial para mi nieto Aarón Valdez Galindo, bendición y regalito de Dios.

A mis hermanos Martha, Javier y Claudia por el cariño y apoyo recibidos.

A la Dra. Dolores Rodríguez Barba, al Dr. Miguel Ángel Ortiz Sobrino y al Dr. Daniel Martín Peña, mis directores de tesis, quienes constituyeron una guía oportuna y eficaz para concluir mis estudios doctorales.

Mi profundo agradecimiento al Dr. Santos Guzmán López, Rector de la Universidad Autónoma de Nuevo León, por el firme y decidido apoyo que me brindó para culminar satisfactoriamente mis estudios de doctorado.

Al Ing. Víctor Sánchez Plascencia, Secretario Técnico de la UANL.

A la Dra. Emilia Edith Vásquez Farías, Secretaria Académica de la UANL.

Al Dr. Celso José Garza, Secretario de Extensión y Cultura de la UANL.

Al Lic. Marco Iván Olivares Rodríguez, Director de Canal 53 y Radio UNI.

Al Lic. Jorge Cisneros González, Director de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas de la UANL.

Por su amistad y apoyo a mis amigos y compañeros integrantes del Consejo Universitario de la UANL.

Erick Josué Garza Leal, Director de la Preparatoria 1.

Martín Muñiz Zamarrón, Director de la Preparatoria 16.

Gerardo Tamez Guerra, Director de la Preparatoria 23.

Jaime Castillo Elizondo, Ex -Director de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica.

José Tristán Rodríguez, Director de la Facultad de Organización Deportiva.

Oscar Lugo Serrato, Director de la Facultad de Derecho y Criminología.

Abraham Hernández Paz, Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales.

Álvaro Ascary Aguillón, Director de la Facultad de Psicología.

Jeaneth Villarreal, Ex- Directora de la Facultad de Artes Escénicas.

Luis Gerardo Lozano, Ex Coordinador de la Facultad de Música.

ÍNDICE

Agradecimientos

Resumen	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
Capítulo 1. Estado de la Cuestión.....	17
La radio universitaria en Europa.....	17
<i>La radio universitaria en Reino Unido.....</i>	<i>19</i>
<i>La radio universitaria en Francia</i>	<i>20</i>
<i>La radio universitaria en Alemania.....</i>	<i>20</i>
<i>La radio universitaria en Italia</i>	<i>21</i>
<i>La radio universitaria en España</i>	<i>21</i>
La radio universitaria en Latinoamérica	25
<i>La radio universitaria en Argentina</i>	<i>25</i>
<i>La radio universitaria en Chile.....</i>	<i>27</i>
<i>La radio universitaria de Ecuador</i>	<i>28</i>
La radio universitaria en Estados Unidos	30
La radio universitaria en México	33
<i>Radio UNAM. La estación iniciadora de la radio universitaria.</i>	<i>36</i>
<i>La radio universitaria de México en la era digital.....</i>	<i>42</i>

<i>El talento humano en las radios universitarias</i>	43
<i>Red de Radios Universitarias de México</i>	44
<i>Radio UNI en el contexto de la Universidad Autónoma de Nuevo León</i>	46
<i>Radio Universitaria en México con carácter social</i>	48
Capítulo 2. Metodología	55
Contextualización y justificación de la investigación.....	55
Planteamiento del problema.....	56
<i>Los estudios de audiencia en radio</i>	58
Objetivos de la investigación.....	66
<i>Objetivo general</i>	66
<i>Objetivos específicos</i>	66
<i>Pregunta de investigación</i>	66
Fundamentación del enfoque metodológico de la investigación	67
<i>Criterio de inclusión</i>	69
Encuesta como proceso de recolección de datos.....	70
<i>Instrumento de recolección de datos</i>	71
<i>Cuestionario para estudiantes y profesores</i>	71
<i>Procesamiento estadístico</i>	73
<i>Validez y confiabilidad</i>	73
<i>Universo de la investigación</i>	80
<i>Muestra</i>	80
Capítulo 3. Caso de Estudio.....	87

Radio UNI en el contexto de las radiodifusoras universitarias en Monterrey.....	88
La radio universitaria en la Zona Metropolitana de Monterrey	88
<i>Frecuencia TEC 94.9</i>	89
<i>Radio UDEM 90.5</i>	91
Radio Universidad UANL	93
Visión y autocrítica de los directores de las radios universitarias	96
Capítulo 4. Resultados	103
Perfil del radioescucha universitario.....	103
Acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL.....	109
Intereses de programación y contenido de los universitarios.....	116
Perfil del profesor universitario radioescucha.....	122
Conclusiones.....	162
Bibliografía.....	172
ANEXOS	185
Código de ética de Radio Uni	196

Resumen

Audiencia y motivaciones para el consumo de los contenidos de las Radios

Universitarias en México: El caso de Radio UNI 89.7 UANL

El objetivo general de esta investigación es determinar las motivaciones y hábitos de consumo de la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) con respecto a la programación de la estación Radio UNI 89.7. Tuvo como objetivos específicos analizar las preferencias de contenidos radiofónicos, diagnosticar el acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL, determinar el perfil del radioescucha universitario y conocer los intereses de programación y contenido. Se trata de una investigación de enfoque cuantitativo y corte descriptivo, a través de la técnica de la encuesta. La población estuvo conformada por 638 estudiantes y 260 profesores pertenecientes a diversas facultades ubicadas en el Campus Mederos de la Universidad Autónoma de Nuevo León y como complemento se aplicó una entrevista a los directores de las estaciones de radio universitarias de la Zona Metropolitana de Monterrey, en donde se ubica Radio Uni: Frecuencia Tec y Radio Udem. El instrumento está compuesto por 22 preguntas o reactivos y fue validado por tres expertos. El trabajo de campo se realizó durante los años 2019 a 2021. Los hallazgos evidencian cómo la supuesta audiencia que debería tener la radio universitaria se ha desplazado hacia preferencias que consume a través de Internet 2.0 y que es apenas durante los traslados de su casa a la Universidad cuando -en ocasiones- sintonizan Radio Uni, ya que prefieren las estaciones con contenidos musicales y recreativos. Todo ello obliga a la reflexión acerca de la función social de la radio universitaria.

Abstract

Audience and motivations for the consumption of the contents of University

Radios in Mexico: The Radio UNI 89.7 UANL case

The general objective of this research is to determine the motivations and consumption habits of the university community of the *Universidad Autónoma de Nuevo León* (UANL) about the programming of the UNI 89.7 Radio Station. Its specific objectives were to analyze the preferences of radio content diagnose the access, use and preferences of the university radio for the improvement of the media programming of UANL, determine the profile of the university radio listener, and to know the interests of programming and content. This is an investigation with a quantity approach and a descriptive cut, through the survey technique. The population was made up by 638 students and 260 professors who belong to different faculties located in Mederos Campus of the *Universidad Autónoma de Nuevo León*, and as a complement, the application of an interview to the directors of the university radio stations of the Metropolitan zone in Monterrey, were Radio UNI is located: *Frecuencia Tec* and *Radio UDEM*. The instrument integrates 22 questions and was validated by three experts. The field work was carried out between 2019 and 2021. The findings show how the supposed audience that the university radios should have has shifted towards consumption preferences consumed through Internet 2.0 and that it is only during the transportation between their houses and the university when -sometimes- they tune into Radio UNI, because they prefer musical and recreative stations. All this forces us to think about the social function of university radio.

Introducción

Las universidades de todo el mundo se mantienen en un dilema crucial. Por un lado, la valoración social hacia ellas se mantiene bajo el prisma de la eficiencia y efectividad, abordando la magnitud de su posible longevidad en función de cobertura y extensión, con base en la matrícula vigente y la eficiencia terminal declarada. Los procesos académicos, investigativos y de extensión cultural, permanecen bajo la premisa de austeridad, y el horizonte del corto plazo para obtener los resultados institucionales que se demandan.

Por su parte, los Estados se mantienen vigilantes de los procesos comunicativos, sopesando en primera instancia, todos los riesgos, al dejar en manos de un joven idealista, un canal abierto sobre una población o comunidad particular, para explorar y expandir ideas, ajenas o divergentes al orden establecido, fecundado en las nuevas ideologías de los *cambios sin cambio*, en donde todo parece diferente con los mismos políticos en el ruedo de la contienda del poder, la demagogia y el sinsentido de la pugna por la permanencia para situarse alrededor del presupuesto público, sin más tarea que subordinar un voto más a las leyes y regulaciones que rara vez se establecen para minar la pobreza extrema que vive este y muchos países alrededor del mundo.

Abatir la pobreza y apoyar, en general, el desarrollo humano requiere contar con conocimientos, competencias, habilidades, hábitos y actitudes diferentes a las que hoy en día se observan en las generaciones de nuestros jóvenes. En todo ello, el Estado, las políticas públicas, las políticas fiscales y el desarrollo académico e intelectual deberían estar presente. Las universidades, -sobre todo las universidades públicas-, no solo deben de evidenciar su presencia, sino que deben liderar los procesos de desarrollo tecnológico, de innovación, de investigación y, sobre todo, de la formación de cuadros de nuevos profesionistas, con nuevas competencias para identificar y resolver sistemáticamente problemas de alto nivel de complejidad. La universidad es tal vez la última frontera que nuestra sociedad posee para delimitar el punto de no retorno entre el éxito y el extenuante fracaso, frente a las complejas

problemáticas que hoy en día experimentamos.

El actual panorama social que se vive en México y en todas las regiones del país, en donde la violencia se presenta en cada estado de la República Mexicana; el control de territorios, carreteras, poblados, comunidades enteras, queda ahora en manos de los grupos de la delincuencia organizada y narcotráfico, por más que se incremente el número de agentes armados de las autoridades federales, estatales o municipales, el uso de la violencia, anteriormente monopolizado por las llamadas fuerzas del orden del Estado, queda ahora circunscrita para los grupos criminales que inundan y controlan los cruces fronterizos y el territorio nacional. Es cada vez más lógico considerar que muchos de los jóvenes son reclutados por los grupos criminales, a partir de los altos niveles de pobreza, las múltiples carencias económicas o los bajos salarios establecidos para trabajadores y empleados con estudios técnicos, de licenciatura o ingenierías.

¿Es acaso que la educación se ha convertido en una *epifanía fallida*? Tiempo atrás se acostumbraba pensar que el paso por la escuela, *-al igual que la universidad-* podría ser el punto de inflexión entre una expectativa de avance y desarrollo social y personal, toda vez que una profesión aseguraría un porvenir aceptable y hasta decoroso, a pesar de ello, hoy en día, la obtención de un título de profesional o de posgrado no asegura *-y menos garantiza-* que, quien lo obtiene pueda lograr un cambio sustancial en su vida.

Las universidades cuentan con múltiples herramientas, estrategias institucionales, grupos de académicos e investigadores que día a día producen nuevos conocimientos, avanzan en el desarrollo de nuevas patentes y se concentran en el desarrollo de sus compromisos y asignaciones con base en la docencia, investigación y extensión cultural hacia la comunidad. Es ahí en donde aparece la radio universitaria como un organismo que, sin ser autónomo, proyecta como posibilidad un magnífico abanico de opciones para llevar a cabo la democratización del conocimiento, el apoyo al desarrollo de las comunidades, tanto en eventos regulares como en eventos eventuales, *-tal es el caso del confinamiento voluntario debido al*

COVID-19-, y el apoyo concreto sobre proyectos de carácter social. Es importante conocer de qué manera la radio como organización universitaria, genera y mantiene proyectos comprometidos hacia su comunidad en franco apoyo al desarrollo social.

La visibilidad o invisibilidad de la radio universitaria puede ser proporcional al alejamiento académico e investigativo del ámbito de cobertura y funcionamiento. Queda solo entrever si pudiera suceder lo mismo entre la radio universitaria y el área de extensión cultural, área que debe brindar a la comunidad parte de la producción cultural y académica, desde diversos canales y medios de comunicación. La universidad pública desde la plataforma de su autonomía institucionalizada debe asegurar un liderazgo social, a través de los múltiples recursos y elementos sustanciales. La radio universitaria es, o puede ser, una de ellas.

Resulta significativo conocer cómo se constituye y opera una radio universitaria, pero también es importante conocer a profundidad las preferencias de una audiencia. Esto es fundamental para todo medio de comunicación, incluyendo a las estaciones radiofónicas universitarias. Medir el consumo de las radios universitarias podría parecer un trabajo arduo e innecesario, comúnmente se confunde con el simple hecho de contar el número de llamadas y comentarios que se dan en una radiodifusora, en el lapso de transmisión de los programas.

Este trabajo doctoral pretende considerar como punto de inicio el esbozo del perfil de los oyentes, así como la opinión que se tiene por parte de la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) en la estación Radio UNI 89.7 UANL como estación universitaria. Como lo expondrá esta investigación, determinar las motivaciones de consumo de la audiencia permite además la definición del perfil de los radioescuchas, conocer el alcance de la estación dentro de la comunidad universitaria, además de las propuestas por parte de alumnos y profesores sobre temas que deberían conformar la programación. Las radiodifusoras privadas consideran significativo el nivel de audiencia, debido a la venta de espacios publicitarios, y es vital en este contexto

conocer quiénes están escuchando sobre los productos que se promocionan y por medio de estudios de carácter cuantitativo, evaluar la eficacia de los espacios publicitarios.

Entonces ¿para qué evaluar un medio como la radio universitaria que no transmite como tal, espacios de publicidad? ¿Cuál sería el objetivo de conocer las motivaciones de las personas que escuchan programas culturales, dentro de la comunidad universitaria?

Además de determinar la eficiencia de los tiempos comercializables, el consumo radiofónico y el nivel de audiencia son parte significativa del marco de referencia que precisa toda radiodifusora para situarse dentro de un determinado contexto social.

¿Qué es lo que prefieren oír los jóvenes y adultos? ¿Cuáles son los temas que ninguna emisora radiofónica ha tocado?, entonces es necesario recordar que el principal propósito de los medios de comunicación es informar, además de educar; por lo tanto, la radio universitaria, debe conocer al público, el perfil de su audiencia, así como tener presente las carencias, aciertos e inconveniencias dentro de una misma institución, para optimizar y engrandecer la existencia de la comunidad universitaria, su primordial audiencia.

En el estado de la cuestión se establece el surgimiento de la radiodifusión universitaria en Europa y América, lo que permite establecer que este tipo de medios de comunicación tuvieron su surgimiento en Estados Unidos, México y Argentina y que los nuevos medios basados en el Internet 2.0 han desplazado las preferencias de los jóvenes hacia el consumo de otros espacios de consumo cultural, dejando a la radio, y específicamente a la radio universitaria, fuera de sus formas de acceso a la información y recreación.

El enfoque metodológico de esta investigación siguió el camino del paradigma cuantitativo a través de una encuesta a profesores y alumnos. El instrumento aplicado

fue validado por tres investigadores del área de las Ciencias de la Comunicación. La muestra poblacional estuvo conformada por 638 estudiantes y 260 profesores pertenecientes a diversas facultades ubicadas en el Campus Mederos de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Asimismo, se entrevistó a los directores de las estaciones de radio universitarias de la Zona Metropolitana de Monterrey, en donde se ubica Radio Uni: Frecuencia Tec y Radio Udem.

Los hallazgos obtenidos a partir del procesamiento de datos en el software SPSS permiten identificar que profesores y alumnos de la UANL que son la audiencia meta prioritaria de Radio Uni, consumen un promedio de una a dos horas diarias y solo durante los trayectos de su casa a la Universidad; en general no conocen la programación de la estación y prefieren el consumo de programas que les ofrece la radio comercial.

Frente a esta paulatina reducción de la demanda por parte de la audiencia universitaria, se planea la necesidad de que la Universidad redefina el funcionamiento de Radio Uni, a fin de ofrecer una programación que atienda a las necesidades y gustos de la audiencia a la que pretende alcanzar, pero sobre todo, que atienda su responsabilidad hacia la sociedad, como un medio de comunicación que genere una audiencia crítica, informada y con acceso al conocimiento que se genera en la UANL, en suma, que cumpla con la responsabilidad social a la que están llamadas -desde su creación- las radios universitarias, dando voz a quienes no la tienen y dando espacio a los movimientos sociales

Capítulo 1. Estado de la Cuestión

La Radio Universitaria en Europa

En Europa, el desarrollo de la radio universitaria mantuvo un ritmo diferente al que tuvieron las estaciones en América, principalmente con relación a Estados Unidos y en el territorio hispanoparlante (Latinoamérica). En esta comparativa, la diferencia obedece a que el surgimiento fue posterior en el viejo continente, y con condiciones adversas, ya que hubo de enfrentar problemas de índole legal, que no por haber transcurrido el tiempo han sido salvados del todo. La radio universitaria tuvo su surgimiento a finales de la década de los sesenta, debido a la injerencia de los Estados y los gobiernos en el manejo y propiedad de las frecuencias y de los contenidos. Veinte años después, cerca de los ochenta, la radio universitaria empezó a robustecerse, como consecuencia de la democratización de los estados y las recomendaciones del informe McBride que indujeron hacia una pluralidad, evidenciada en la diversidad de participantes, tanto en grupos y sectores sociales, como en un marco de mayor libertad y apertura a todo tipo de ciudadanos. Una evidencia de ello fue el interés de las comunidades universitarias por involucrarse en las radios universitarias.

Para Ortíz Sobrino, Rodríguez Barba y Cheval (2014, p. 64) las radios universitarias, como medio de participación y comunicación, mantienen una relevante función social, ya que son las responsables de generar espacios destinados a un nivel más responsable de comunicación, enfocado a la generación de una ciudadanía participativa, con un nivel alto de criticidad, así como del fomento de la responsabilidad social en instituciones y organizaciones.

La radio universitaria puede definirse como un recurso educativo y formativo para sus propios estudiantes. El objetivo central es el dotar un espacio de experimentación para que, los estudiantes de las carreras de Ciencias de la Comunicación bajo condiciones de

laboratorio, establezcan prácticas y elaboren programas para producir radio (Araya, 2009, p. 37-44). El propósito formativo se enmarca, de acuerdo con De Miguel (2005, p. 19) en dotar de competencias genéricas y transversales a todos los alumnos que participan en hacer radio.

Otras posturas menos endogámicas sobre la radio universitaria permiten definiciones divergentes que despliegan propósitos que sitúan a la radio universitaria como un medio de comunicación que cumple con una función social. Para González Conde (2000, p. 120) el ADN de la radio universitaria está cimentada en su vocación de constituirse como un laboratorio para estudiantes e investigadores, ya funciona como un espacio formativo para los futuros comunicólogos, es un espacio de divulgación de la ciencia, de la cultura y del conocimiento que se genera en los espacios académicos.

Para Merayo Pérez (2000) el concepto de Radio Educativa resulta difícil de acotar, debido a su amplitud de funciones; hacerlo resultaría en una reducción que impactaría su diversidad y amplitud. Dentro de la categoría de radios universitarias se incluyen diversas modalidades, como son las siguientes: “instructiva, comunitaria, popular y formativa”, que comparten entre sí elementos comunes como la meta de cubrir aspiraciones no lucrativas y una orientación a fines de carácter social.

Según Merayo Perez (200') a este tipo de radiodifusoras intervienen en los tres niveles siguientes:

- a) **Como apoyo directo a movimientos sociales:** Las radios universitarias han constituido el espacio por excelencia para el apoyo de movimientos sociales, principalmente los surgidos a nivel mundial en los sesenta. Su marginalidad respecto de los intereses económicos les permitió dar espacio a esas voces que pugnaban por la transformación.
- b) **Como apoyo y extensión de la instrucción formal:** Precisamente por la el manejo no lucrativo de sus espacios y contenidos, la radio universitaria resulta un

aliado invaluable para que organismos internacionales e instituciones la consideren un aliado en campañas de beneficio social, como las que realiza la UNESCO, la ONU y los gobiernos de diferentes naciones, principalmente cuando se trata de programas enfocados al desarrollo de zonas marginadas.

- c) ***Como instrumento para la educación no formal a través de la participación ciudadana:*** Desde los inicios de las modalidades no escolarizadas y de la educación a distancia, la radio ha constituido un medio de comunicación que ha permitido acercar los contenidos producidos para la alfabetización hacia comunidades alejadas, que de otra manera no tendrían acceso a la educación. Asimismo, la radio universitaria es un instrumento educativo al llevar contenidos formativos a grupos sociales tradicionalmente marginados del sistema escolar; es un instrumento de liberación, al sembrar en ellos elementos para su desarrollo.

Por su parte González Conde (2000, p. 120) afirma que la razón de ser de una emisora universitaria permite a la Universidad cumplir con dos de sus tres funciones sustantivas: la formación de los profesionales de la comunicación y la divulgación de la ciencia.

La radio universitaria en Reino Unido

En este apartado se aborda el surgimiento y desarrollo de la radio universitaria en Reino Unido, el país en el que se estableció la primera emisora de la que se tiene registro legal. Salió al aire en 1968 como *Radio York*, con un formato de participación prioritariamente estudiantil. Desde entonces a la fecha se han creado alrededor de 120 estaciones de este tipo en todo Reino Unido que se amparan en la denominación de *student and school radios*, que se caracterizan por un alcance de unos 5 kilómetros alrededor de la emisora. Todas están agrupadas y cobijadas por la *UK Student Radio Association*. De la misma manera que en muchos otros países, están regidas por una

normatividad que no les permite transmitir por largos periodos, y solo por FM. En los casos de desear o requerir un tiempo mayor, deben recurrir a solicitudes especiales de otras licencias de baja potencia.

Frente a las oportunidades que presentan la accesibilidad y cobertura de las redes sociales, muchas estaciones universitarias optan por transmitir por internet para saltar este obstáculo. En el Reino Unido la radio universitaria cuenta con el respaldo económico de las Universidades a las que pertenecen, aunque tienen libertad de recibir patrocinios y comercializar espacios.

La radio universitaria en Francia

En Francia las estaciones universitarias alcanzan 25 y mantienen la denominación de Campus Radio, un estatuto jurídico que las habilita para captar recursos públicos para su operación, que son emitidos por el Ministerio Federal para la Cultura y la Comunicación. Las 25 estaciones se integran en la IASTAR (Asociación Internacional de Estudiantes de Radio y Televisión), que las representa en asuntos jurídicos y relacionados con sus contenidos, así como con vinculaciones globales.

La radio universitaria en Alemania

A diferencia de los países europeos antes abordados, Alemania ha registrado un crecimiento menor, a pesar de ser considerado un país altamente tecnologizado, que es considerado el que marca la pauta en innovación y desarrollo y en el ámbito de tecnologías para las comunicaciones. Es posible afirmar que este tipo de emisoras constituyen una mínima parte con relación a las de índole comercial y han sido cubiertas bajo la denominación general de *medios ciudadanos* en las que se agrupan otras como las radios comunitarias, otras emisoras no comerciales y las radios educativas.

Cavanagh (2009) señala que el número de emisoras universitarias es aproximadamente de 22 en toda Alemania, cuyas emisiones se difunden por Frecuencia Modulada e Internet. Este autor considera que las más destacadas son *Campus Welle Koln*,

emisora de la Universidad de Cologne, *UniRadio Baden*, de la Universidad de Karlsruhe y HR2, de la Universidad de Frankfurt. Este dato puede fluctuar ya que el otorgamiento de los permisos no mantiene un ritmo estable ni por tiempos prolongados.

La radio universitaria en Italia

Italia es un país con sus propias características en cuanto a la radio universitaria, ya que, si bien ha registrado un robustecimiento considerable, una de sus primeras estaciones, *Facoltà di Frequenza*, que inició transmisiones en 1999 en la Universidad de Siena, se encuentra fuera del aire por problemas de financiamiento. Otras universidades siguieron a Siena: Verona, Teramo, Padua y Catania. A partir de esta expansión se dieron las condiciones para agruparse en la Asociación de Radios Universitarias Italianas RadUni que desde 2006, agrupa a todos los miembros de las comunidades universitarias que participan en las radios universitarias, incluyendo agencias de noticias y académicos de 30 instituciones de nivel superior que cuentan con emisoras de este tipo y tiene como finalidad que la radio universitaria se constituya en una estrategia de fomento a la cultura, educación y formación (Cavallo y Gaviria, 2014).

En Italia funcionan 34 estaciones que se caracterizan por su inestabilidad y porque así como se crean, desaparecen, la mayor parte de las veces por la normatividad legal que les prohíbe utilizar la Frecuencia Modulada para emitir su programación, otras, por la escasa cobertura y la falta de apoyo financiero para su operación.

La radio universitaria en España

En España, la radio universitaria tuvo un desarrollo más lento y enfrentó más problemas para que sus emisoras alcanzaran un nivel de madurez, lo cual ocurrió al final de la década de los ochenta, con lo que podría afirmarse que es el país europeo que ha enfrentado más problemas para ubicar a la radio universitaria en el contexto de la radiodifusión, lo que derivó en suspensión temporal de actividades y ausencia de soporte institucional.

Si bien radio UNED es la experiencia más antigua en España, con una fecha de inicio de 1972, esta emisora de la Universidad Nacional de Educación a Distancia salió al aire con un esquema diferente al que utilizan otras radiodifusoras universitarias, ya que, además de que se transmitió a través de Radio 3, opera bajo un esquema diferente al tradicional que integra a alumnos de las carreras de Comunicación para elaborar los programas.

El modelo de definición para la radio universitaria integra la participación de los alumnos en la elaboración de programas y contenidos para *hacer radio*; en el caso del inicio de operaciones de radio UNED la programación estuvo diseñada para el apoyo de la enseñanza impartida a distancia por los profesores (Martín-Pena, 2013, p. 281), todo ello sin intervención de alumnos o programas de prácticas profesionales, para ello.

De acuerdo con Marina Vázquez-Guerrero (2015b) para radio UNED su objetivo “es hacer una programación que contribuya a «llevar la educación superior a los núcleos de población, alejados de las grandes metrópolis, que no disponen de universidad»” (UNED, 2015), actividades que sigue desarrollando, aunque ahora, a través de los nuevos medios surgidos tras el Internet 2.0. Otra característica particular de Radio UNED es que su transmisión no es continua, sino que obedece a las necesidades académicas, educativas y formativas de la universidad a distancia a la que se debe.

Después del inicio de Radio UNED, otras universidades continuaron creando sus propias emisoras, como sucedió en las de Salamanca, de León, de La Coruña, la Complutense de Madrid y la Universidad Autónoma de Madrid, aunque autores como Fidalgo Diez (2009 en Lazo y Martín Pena, 2014) se ubica a principios de la primera década del dos mil.

Lazo y Martín Pena (2014, p.11) ubican que la primera emisora universitaria de España surgió en 1987 en la Universidad de la Laguna, derivada de una propuesta de estudiantes del Colegio Mayor de San Fernando de Tenerife de donde tomó su nombre

para -años más tarde- asumir el nombre de Radio Campus.

La segunda emisora surgió en Salamanca en 1995 en la Facultad de Comunicación, cumpliendo con la modalidad de taller formativo para estudiantes que mantenían una emisión inconstante, la cual se regularizó en 2001 cuando el gabinete de Comunicación y protocolo asumió su administración y empezó a transmitir por Internet.

La creación y expansión de las Escuelas y Facultades de Comunicación en España y el fortalecimiento de Internet 2.0 contribuyeron a la generación de un contexto propicio para el despliegue de las emisoras universitarias. Estas condiciones (talento humano y recursos tecnológicos) permitieron la generación, difusión y almacenamiento con la mayor agilidad que permiten las TIC. Frente a las posibilidades que ofrecieron estas dos condiciones, las radiodifusoras universitarias enfrentaron problemáticas relacionadas con la normatividad legal, que no las consideraba sujetos para licencias.

De acuerdo con Espino (2014), las emisoras en españolas pueden clasificarse en tres tipos:

- 1) Como espacio para prácticas profesionales para alumnos de la carrera de comunicación y afines.
- 2) Las de carácter institucional y cuyos contenidos están vinculados a las políticas universitarias y
- 3) Las de tipo *abierto* en las que pueden participar todos los actores sociales, desde asociaciones hasta ciudadanos.

De acuerdo con Vázquez-Guerrero (2015, p. 164) con relación a las radios universitarias en España, la situación económica nacional y su propia condición de ser espacios promovidos por los propios estudiantes han generado condiciones que han llevado a desaparecer a muchas emisoras universitarias en las dos últimas décadas. A partir de cifras de la ARU, Red de Emisoras del País, de las 34 estaciones que la conforman, apenas 23 radios de universidades públicas y privadas (que emiten a través

de la red), están integradas en esta organización (Martín –Pena y Contreras- Pulido, 2014).

De acuerdo con Aguaded y Martín-Pena (2013) la radio universitaria tiene como una de sus principales características el servicio a la ciudadanía, la participación cívica y la democratización de los pueblos, como servicios públicos de vocación ciudadana, alternativas mediáticas al sistema comercial y privado. En ese contexto, las emisoras universitarias, son radios que trascienden las limitaciones de lo educativo para trascender hacia el apoyo a la ciudadanía, desde el propio espacio universitario como centro expensor hacia la sociedad. Estos autores destacan *lo alternativo* como un elemento intrínseco a la radio universitaria, al darle voz a los movimientos comunitarios (ya sea dentro de la institución o de la sociedad en general) como un medio de acceso más justo y democrático. En ese entorno, de constituirse como una opción alternativa al modelo comercial de la radio, las emisoras universitarias enfrentan también el riesgo de desaparecer por falta de fondos, ya que frecuentemente padecen de recursos limitados para funcionar. En muchas ocasiones carecen de los recursos necesarios para su mantenimiento.

Actualmente en España las radios universitarias solo transmiten por Internet, ya que carecen de personalidad jurídica que les permita contar con licencias, lo cual no ha detenido su expansión; no se les otorgan licencias, a pesar de que se encuentran en continuo crecimiento. Igual que en otros países, 26 emisoras de 29 universidades españolas públicas y privadas integran la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). Esta asociación no lucrativa suscribió el Convenio Interuniversitario de Radios Universitarias.

En este contexto, en el que la radio universitaria se transmite por Internet, González-Conde, Zamarripa-López y Salgado-Santamaría (2018) plantean la necesidad de fortalecer el estudio del empírico sobre el uso de multimedia en la radio universitaria,

ya que esta hibridación de radio por internet, o a través de los *cibermedios* plantea grandes incógnitas que solo se resolverán con investigaciones sobre esta línea. Estos autores acusan que si bien hace poco tiempo se ha empezado a trabajar esta línea de investigación, es necesario pasar de un abordaje eminentemente teórico a uno empírico (González-Conde, Zamarripa-López y Salgado-Santamaría, 2018, p. 133).

El estudio empírico debería incluir nuevos modelos de medición de la audiencia, tal como lo han planteado Cortés, Barceló y González (2021) quienes al estudiar el consumo de la televisión identificaron que frente a las nuevas formas de recepción, a través de internet y de otros medios, se requieren nuevas formas de medición. Estos nuevos modelos de medición deben considerar cómo se han modificado las formas de acceder a los contenidos desde la aparición de Internet (De la Fuente, Morales y Alvarado (2013).

La radio universitaria en Latinoamérica

En Latinoamérica, la radio universitaria nace en el espacio académico, pero con una visión de grandes alcances. Este nuevo medio de comunicación se planteó como base primordial para una plataforma que sirva de puente entre las universidades y la sociedad; es decir, llevar a la comunidad el conocimiento generado intramuros, en el que, idealmente se produce nuevo conocimiento *—no solo se reproduce el viejo conocimiento—*.

La radio universitaria en Argentina

En el contexto latinoamericano, fue Argentina el primer país en el que se inicia la radiodifusión universitaria. Para Vázquez-Guerrero (2015) “la Radio Universitaria un medio de origen institucional que ofrece productos sonoros de interés general, con contenidos especializados y diversos”. Sus propias características -no contar con una concesión comercial- le permiten recurrir a diversos esquemas de financiamiento que van desde los recursos propios de la universidad, hasta colaboraciones de sus

radioescuchas. En cuanto a su estructura, mantienen un esquema heterogéneo que incluye su estructura, y colaboradores.

Las radios universitarias son un reflejo de los objetivos de la institución a la que pertenecen y su principal tarea es la divulgación del conocimiento hacia la sociedad, acordes con su contexto nacional y la normatividad que las regule.

Estas condiciones diferenciadas generan una diversidad de estaciones, cada una con su propia personalidad. Algunos autores, como Vázquez-Guerrero (2015) identifican “14 modelos que parten de tres modos de producción radiofónica que van de lo institucional a lo comunitario y en pocos casos, lo comercial”.

Para Aguaded y Martín-Pena (2013) en Argentina existieron elementos que dieron pie al fenómeno, e identifican a la Reforma de Córdoba de 1918 que pugnaba por un nuevo enfoque educativo a nivel superior, y en consecuencia la creación de la radio universitaria el 5 de abril de 1924 en la Universidad de la Plata.

Vázquez-Guerrero (2015b) afirma, con base en Slotten, (2006) en Argentina la evolución de la radio universitaria fue muy rápida y solo un año después de la primera emisora ya se habían creado 124 emisoras. La mayoría de ellas dejó de ser denominada como universitarias debido a que en la década de los setenta se registró un movimiento que culminó como la integración de las emisoras no comerciales en la *National Public Radio*. A la fecha, la organización está integrada por más de 63 radios universitarias que también forman parte de la Asociación Radio Universitarias de Argentina (ARUNA) que se fundó el 7 de julio de 1998. Este organismo surgió con la finalidad de proteger a las emisoras universitarias, de tal manera que se garantice un trabajo autónomo y en beneficio de la sociedad, con valores democráticos y con respeto a las leyes nacionales.

Aunque las primeras radios universitarias en Argentina iniciaron actividades de manera simultánea a la radio comercial y su desarrollo fue muy similar en cuanto a número, el verdadero fortalecimiento se dio tras el fin del régimen dictatorial (Novelli y Hernando, 2011, en Vázquez Guerrero, 2015, p. 7). Prevalecen varios modelos de radio universitaria, con finalidades diferentes; las hay enfocadas en ofrecer un espacio de laboratorio a los estudiantes, o brindar un foro de expresión a los actores de la comunidad universitaria, y otras que tienen una visión de que la radio universitaria debe ser un medio de comunicación para la investigación, así como aquellas que son los voceros de la rectoría.

La radio universitaria en Chile

En Chile, las 21 estaciones de radio universitarias están integradas en la Red de Radios Emisoras Universitarias de Chile (REUCH), una agrupación que tiene más de tres décadas de haberse creado y que es auspiciada por el Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas.

Algunas de las emisoras que están integradas en la REUCH son las siguientes:

- Universidades de Tarapacá,
- Arturo Prat,
- Antofagasta,
- Atacama,
- Católica del Norte,
- La Serena,
- Federico Santa María,
- Católica de Valparaíso,
- Valparaíso,
- Santiago,
- Talca,

- Concepción,
- Bio Bio,
- la Frontera de Temuco,
- Austral de Valdivia y
- Magallanes.

Al integrarse a esta Red, las emisoras buscan que la unión robustezca este tipo de radiodifusión a través del trabajo colaborativo entre sus integrantes. Entre sus metas están la difusión de la cultural regional y nacional, bajo rigurosos estándares técnico/estéticos y vinculados a las comunidades y su desarrollo sociocultural.

Se trata de un enfoque humanista que promueve los valores propios de la universidad en la que cada una se enclava. De la misma manera que las instituciones de educación superior que las cobijan, las emisoras universitarias priorizan la constitución y lealtad de las audiencias, convertidas en comunidades, con un enfoque crítico y de compromiso social.

El trabajo colaborativo es una de las características de esta Red, que se concreta en productos tangibles como una producción conjunta entre todos sus miembros que se difunde semanalmente y en el que se difunde la producción y en general las actividades académicas, científicas y culturales de cada una de las instituciones que cuentan con emisora integrada en esa Red, que se vincula con otros organismos como ARCHI, AIR, la Red de Radioemisoras Universitarias de América Latina y el Caribe RRULAC, y un extenso grupo de Radioemisoras Internacionales, entre otros.

La radio universitaria de Ecuador

De acuerdo con Alex Hernán Mullo-López, Hernán Antonio Yaguana-Romero y Lorena Catherine Álvarez Garzón (2017), existen pocos estudios sobre este tipo de emisoras en Ecuador. Para Yaguana y Aguilló, (2014) las primeras emisoras universitarias iniciaron a mediados del siglo veinte en las facultades de Periodismo y

Comunicación, de la misma manera que en otros países: como laboratorio para su formación y para la producción de recursos para la promoción de la Universidad. “Luego al darse cuenta del potencial humano y tecnológico con que disponían las universidades surge la idea de gestionar de mejor forma el laboratorio y es cuando se aventuran a emitir en potencia baja una señal para el campus universitario” (Vázquez-Guerrero, 2015, p, 162). El ritmo de asignación de permisos se redujo y con ello, la expansión de esas radios que se instalaban dentro de las universidades, en espacios recreativos como cafeterías y en zonas cercanas al campus.

Mullo-López, Yaguana-Romero y Álvarez Garzón (2017, p 127), establecen que la transición de laboratorios a estaciones más formales no fue de inmediato, sino que requirió más de cincuenta años, y prácticamente fue en los primeros ocho años del siglo XXI cuando la radio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (1190 AM), empezó a transmitir. Tres años después. En 2011, inició emisiones la radio de la Universidad Central del Ecuador el 17 de marzo del 2011, 38 años después de haber planteado la propuesta.

En 2006 surge la UCSG Radio-Televisión, considerada como uno de los más ambiciosos proyectos, en el seno de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y que se considera oficialmente la primera emisora universitaria. Este proyecto funciona totalmente operado por los estudiantes de más avanzado nivel de las licenciaturas de Comunicación, arte y humanidades, junto con docentes y académicos. Tiene un alcance regional con una audiencia calculada en 35 mil radioescuchas y se posiciona en el número once de las estaciones de Guayaquil, algo poco común, ya que compite con la radio comercial.

Los recursos tecnológicos que ofrece Internet 2.0, las nuevas conficiones en las instituciones universitarias, y la normatividad actual que considera la existencia de radios comunitarias, en 2013 se llegó a nueve estaciones universitarias a través de la red y dos

por Amplitud Modulada. Su integración dio origen a la Red Nacional que agrupa emisoras públicas y privadas. Con el respaldo de expertos e intelectuales del medio como José Ignacio López Vigil, la radio se presenta a sí misma como enfocada a “contribuir al acercamiento, desarrollo y fortalecimiento de las relaciones académicas y comunicacionales entre todos los integrantes de la red” (RRUE, 2015). El número de emisoras continúa creciendo, y llega a 19 en 2017.

La posibilidad de transmitir a través de las TIC ha permitido la generación de nuevos medios que, con esta ventaja económica pueden mantener sus emisiones en *streaming*.

“La *radio ecuatoriana* tiene un rostro jovial y estudiantil que tiene relevancia en su entorno” (Vázquez Guerrero, 2015b). Ejemplos son *Radio Universidad de Bolívar* “donde los estudiantes con buenos talentos han sido estrictamente escogidos y entrenados para mantenerse dentro de la radio; o *Radios Cocoa* y *Radio Activa*, consideradas como dinámicas y más enriquecedoras que la radio comercial” (Reyes, 2014). Otros ejemplos que ilustran esta característica son la radio de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), con transmisiones por Internet a cargo de alumnos de posgrado procedentes de diversos países y que mantiene una continuidad integrada por contenidos con alto nivel de criticidad a partir de la presentación de artículos académicos, música y contenidos que *establecen agenda* (Flacso Radio 2015).

Como sucedió en cada país, en Ecuador también se integró una organización que agrupa a las radios universitarias, la Red de Radios Universitarias del Ecuador (RRUE), que surgió en 2013 con la finalidad de constituirse como un marco para el trabajo colaborativo entre las instituciones y sus emisoras.

La radio universitaria en Estados Unidos

En Estados Unidos el término de emisora universitaria principalmente va asociado al concepto de *college* radio, de acuerdo con Daniel Martín Pena (2013, p. 36)

su surgimiento experimental se ubica en 1917, tanto entre Norteamérica como en Canadá.

Basado en la investigación del español Daniel Martín-Pena (2013) el concepto de radio universitaria se acuña en la segunda década del siglo pasado y se vincula a las emisoras relacionadas a instituciones de educación superior; se ubica en Estados Unidos y Canadá, un país que tiene destacada historia en cuanto a los “College Radio”.

De acuerdo con la investigadora mexicana Marina Vázquez-Guerrero (2015, p. 60), en Estados Unidos el surgimiento de la radio universitaria está vinculado al trabajo experimental de físicos e ingenieros que como parte de sus investigaciones iniciaron la transmisión de las primeras emisiones, de tipo comercial.

La Universidad de Wisconsin, en Madison, inició en 1900 las transmisiones experimentales de la WHA, una estación que inició con contenidos de información climatológica y económica y era operada por docentes y alumnos. Quince años después obtuvo la primera licencia experimental bajo las siglas 9XM, y fue en 1919 cuando emitió contenidos. Dos años antes, había iniciado transmisiones que utilizó la Marina de los Estados Unidos, (Martín Pena, 2013, Vázquez-Guerrero, 2012, Merrill 2008).

De acuerdo con Vázquez (2012, p. 60) las bases de la radio universitaria norteamericana se ubican en 1925, cuando llegaron a emitir 125 estaciones que se ubican como los cimientos de este tipo de medios de comunicación.

La aceptación de radios universitarias, su crecimiento y posicionamiento les permitieron la obtención de licencias para transmitir en FM, y con ello, la oportunidad de obtener recursos por patrocinios publicitarios, que despertaron la animadversión de los conglomerados comerciales, quienes pidieron que la Comisión de Radio cancelara sus licencias, lo que impactó en una sensible reducción de radios universitarias, ya que de las 125 que existían en 1925, solo 24 pudieron seguir operando en 1932, lo que llevó a la mayoría a perder sus permisos y se vieron orilladas a recurrir a asociaciones con radios

de diversos tipos: comunitarias, étnicas y no gubernamentales, a fin de mantenerse al aire.

Nuevas reformas en la legislación norteamericana permitieron que en 1935 las universidades pudieran obtener licencias para radios universitarias.

Las primeras radios universitarias que surgieron tras la nueva normatividad fueron el *Intercollegiate Broadcasting System* (IBS), es una organización no lucrativa fundada en 1940, que reúne el trabajo de emisoras y escolares fundamentalmente con el objetivo de compartir experiencias y realizar producciones de manera conjunta.

Posteriormente, surge el College Media Advisers (CMA), que agrupa en todo Estados Unidos a las radios universitarias, e incluye otros formatos como medios impresos y virtuales, con más de 800 afiliados. Entre sus objetivos está la representación de más de 800 estaciones a los que representa ante la Comisión Federal de Comunicaciones y Litigios, al tiempo que es su promotor y atiende temas de capacitación entre sus integrantes. En 1955, se crea Broadcast Education Association, BEA, organismo que asocia medios de comunicación impresos y audiovisuales y se encarga, entre otras cosas, de analizar y proponer temas relacionados con legislación, prácticas profesionales y audiencias. En 2005 surgió el College Broadcasters Inc (CBI), un organismo que representa a los alumnos que participan en las emisoras universitarias.

A diferencia de lo que sucede en otros países, en Estados Unidos existe una normatividad que permite operar de manera legal a las estaciones de radio y con ello, cuentan con una personalidad jurídica que les permite operar con mayor permanencia y estabilidad dentro del sistema de radiodifusión. En EU, las radiodifusoras universitarias se clasifican en tres grupos: las que son radios públicas de las universidades; las *college radio*, a la que pertenece la mayoría de las emisoras, y que son estaciones que funcionan dentro de los campus universitarios por los propios alumnos; y las denominadas *high school radio* que son laboratorios para que los estudiantes de nivel medio realicen

prácticas, y que cuentan con una potencia reducida y transmisiones irregulares (Vázquez, 2012 p.65).

El desarrollo logrado por la radiodifusión universitaria en Estados Unidos constituye un elemento de referencia para el resto de América debido a su participación en la consolidación de la radiodifusión comercial a nivel nacional, lo cual resulta relevante porque es ahí donde se ubica el mayor número de estaciones a nivel mundial, con más de 1200, que transmiten tanto por las frecuencias del dial como a través de Internet. Una característica común a diversas emisoras universitarias es un modelo de programación por franjas, que ha sido tomado como modelo por otras estaciones del resto del mundo; estas emisoras son apoyadas económicamente por las propias instituciones universitarias, pero son operadas, realizadas y en algunos casos, dirigidas por los estudiantes, bajo la supervisión de los departamentos o facultades de comunicación. Dicho soporte económico proviene de diversas fuentes, que van desde las donaciones de los radioescuchas, y las autoridades municipales, hasta las propias universidades y fundaciones de las importantes empresas del país como Ford, IBM, Xerox, entre otras.

La radio universitaria en México

“La radio universitaria posee un medio de origen institucional que ofrece productos sonoros de interés general, con contenidos especializados y diversos. En términos generales la labor principal de toda emisora universitaria es la de difundir saberes hacia la sociedad y reflejar en sus contenidos los objetivos que como sistema educativo sigue, planteando de diferente manera según el país de acuerdo con sus estatutos y reglamentos” (Vázquez-Guerrero, 2015). Desde su creación ha sido bien valorada por la audiencia por sus contenidos y porque privilegia la inteligencia del oyente. En ella se difunde la palabra, el pensamiento y en ciertos casos la experimentación, por lo que no es una radio de muchos escuchas (Vázquez-Guerrero y Chamizo, 2014). Los recursos económicos, humanos y tecnológicos con los que cuentan

las estaciones de radio universitaria en nuestro país, son limitados, sobre todo en las instituciones públicas, por esta razón es importante optimizar esos recursos, con la intención de cumplir los objetivos institucionales y mantener la audiencia.

De acuerdo con Vázquez Guerrero (2012), la radio universitaria en México se relaciona con la necesidad de brindar un laboratorio en el cual pudieran poner en práctica sus respectivas especialidades: ingeniería eléctrica, de física y de áreas relacionadas. Sus inicios se remontan a la mitad del siglo XX, varias décadas antes que sucediera en Europa.

“La diferencia del modelo de las radios universitarias atiende a las condiciones siguientes: el contexto específico de actuación, los agentes que participan en él, las temáticas especializadas que se programan, el perfil de oyentes a los que van dirigidas y la transferencia del conocimiento a la sociedad que permiten estos canales mediante la divulgación de la ciencia y los descubrimientos y hallazgos que se producen en las propias universidades, como cunas del saber y de la experimentación científica” (Lazo y Martín- Peña, 2014).

Uno de los formatos que mantiene la radio universitaria deriva del denominado *college radio* en el que los futuros profesionistas que cursan estudios de comunicación y de áreas afines son quienes las manejan (Araya, 2009). Son emisoras con poco alcance que transmiten desde instancias universitarias dentro del campus y se vinculan a materias del currículo como: radio, TV, cine, periodismo, medios masivos, comunicación masiva, comunicación oral. Esa forma de funcionamiento, dentro de la estructura organizacional universitaria vincula su operación con el trabajo académico de profesores y otros miembros de la comunidad académica, aunque hay alumnos que trabajan en la estación como managers para cubrir créditos requeridos para graduarse.

La radio universitaria ha permitido a la universidad cumplir con una de sus funciones sustantivas: la extensión, que junto con la docencia y la investigación,

constituye una función de todas las instituciones de educación superior. Las emisoras universitarias permiten, a las IES compartir el conocimiento en las aulas, laboratorios y centros de investigación (Mullo-López, Yaguana-Romero y Álvarez Garzón, 2017). A partir de estas acciones, la radio universitaria permite la divulgación del conocimiento generado intramuros y con ello cumplir con una labor educativa al tiempo de ofrecer contenidos para la recreación; con estas acciones evidencia la congruencia entre los objetivos de la universidad y de la radio, de divulgadora de saberes hacia la sociedad, (Vázquez- Guerrero, 2015).

En México, el surgimiento de la radiodifusión se remonta a 1921 (Moreno, 2019). Si bien no hay un acuerdo respecto del lugar de inicio de emisiones, las discusiones ubican, por un lado, a Constantino de Tárnava, en la ciudad de Monterrey y otros, al doctor Adolfo Enrique Gómez Fernández (Ortiz y Marín, 1997). En lo que sí hay coincidencia es en identificar a Raúl Azcárraga Videurreta como el mayor propulsor de esta industria, con su empresa Casa de la Radio, de la que era socio el periódico El Universal. La primera radiodifusora fue fruto de esta colaboración que creó la primera emisora, en 1923. En 1930, el hermano de Raúl, Emilio Azcárraga Vidaurreta dio origen a la XEW en la Ciudad de México, “La voz de la América Latina desde México”, emblemática emisora mexicana, con la mayor potencia e influencia en el país (Pepino, 1999). En esa misma década, en 1929 surge la CZE (XEEP-Radio Educación) que puede considerarse como la primera emisora educativa y desde sus inicios tuvo como objetivo la divulgación de contenidos de carácter social y de orientación (Romo, 1991).

La Radio Universitaria, se refiere “al medio de comunicación que pertenece a una universidad o institución educativa, ya sea pública o privada. Posee características específicas, que la diferencian de la radio comercial, entre ellas podemos mencionar las siguientes: su propósito primordial es difundir el conocimiento, la cultura y la investigación, la promoción y difusión de tareas institucionales por encima de los

intereses comerciales y la audiencia es limitada” (Forero y Céspedes, 2018).

De acuerdo a Valdez, Guajardo y De la Fuente (2019) la radio universitaria mexicana nace en los tiempos del Presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940), de tal forma que la primera estación de radio inicia sus operaciones el 14 de julio de 1937 y fue radio UNAM, bajo las siglas XEXX en el 1170 de amplitud modulada (AM), con 5000 watts de potencia y con 4 horas de programación con contenidos de interés universitario. Las primeras experiencias de radio cultural en nuestro país datan de 1923 con estaciones gubernamentales en los estados de Chihuahua y Yucatán y en 1924, con la emisora de la Secretaría de Educación Pública, Radio Educación.

Radio UNAM. La estación iniciadora de la radio universitaria.

Fue hasta 1937 cuando surgió la primera estación de radio educativa: la XEXX, Radio Universidad, de la Universidad Nacional Autónoma de México, que dedicó su espacio a transmitir programas educativos, informativos y culturales (Bohmann citado por Ortiz Marín, 1997), desde entonces, su programación se ha mantenido de manera ininterrumpida.

El nacimiento de la radio universitaria en México, Radio UNAM, se dio en condiciones precarias, el personal de base era mínimo y el resto eran colaboradores y voluntarios, el equipo transmisor lo obtuvieron pagándolo en plazos, y las horas de transmisión eran dos en la mañana y dos en la noche. Con el paso de los años, Radio UNAM se convirtió en un referente para el resto de las emisoras, se aumentó el presupuesto, tuvieron invitados del mundo cultural e intelectual, y actualmente transmite en la banda de FM con 100 mil watts de potencia. “La única ocasión que la voz de Radio UNAM *ha sido silenciada*, por cierto, ocurrió con la entrada del Ejército a Ciudad Universitaria, en 1968, a raíz del movimiento estudiantil. Y fue callada por el autoritarismo del Estado mexicano de ese momento, porque se sabía que era un medio de comunicación comprometido con las causas que originaron ese movimiento” (Vargas,

2012, p. 15).

Al cumplir 75 años, Radio UNAM su entonces director reiteró su responsabilidad y compromiso ante sus audiencias, al estar, desde su origen, vinculada a las preocupaciones sociales y culturales de su entorno. La radio de la Máxima Casa de Estudios de México se basa en valores como la experimentación y la crítica, que son pilares que la sustentan y sin los cuales no puede concebirse su existencia, una condición que lejos de perder vigencia, se mantiene en el entorno global y tecnologizado en el que resulta un recurso para el fortalecimiento democrático (Vargas, 2012, p. 14.).

Desde la postura de su entonces director, “en la medida en que esta y las demás estaciones universitarias de nuestro país se fortalezcan, se tendrán mayores y mejores audiencias, mucho más participativas, porque el contenido generado por las universidades, llevado por un discurso radiofónico, será constructor de una cada vez mayor comunidad de oyentes, no tengo duda”. Entonces, podremos pensar en audiencias más críticas, más libres, más inquietas (op. cit. p. 16).

En la entrevista Vargas (2012) destaca del discurso del entonces director de Radio UNAM que Radio UNAM necesita construir nuevos discursos, reafirmar su carácter de radio universitaria, adherida a sus valores de defensora de la verdad, la belleza, a la experimentación, y el compromiso social de ser motor del cambio y la innovación.

A dos décadas de cumplir los cien años, Radio UNAM mantiene una filosofía basada en su planteamiento de origen, “a partir de la percepción actual de que la emisora ya tenía muy pocos contenidos y programas, y se había convertido en una estación de música de concierto, y dentro de esta, de compositores muertos” (Vargas, 2012)

Para Vargas (2012) Ese rescate de su origen tiene que ver con una propuesta alejada de los estándares comerciales, sino con una oferta de diversos géneros musicales, que si bien incluye a la música clásica, no se centra en ella.

Romo (1987) menciona de manera general que “los contenidos están ligados de manera directa a la tercera función de la universidad, que es la extensión académica y difusión de la cultura” por lo tanto debe buscar modelos apropiados “para que ese saber y esa expresión trasciendan al espacio universitario y colaboren en la transformación de la realidad”. Para Fuentes (2003) no es sino hasta el año 2001 que encontramos 82 estudios sobre radio, en el medio académico, de los cuales en su mayor parte son sobre: estudios de audiencias, históricos, sobre programas en particular, pasando por los de radio e Internet, legislación de la radio, radio indigenista y pública, unos cuantos sobre radio universitaria y unos pocos sobre radios alternativas, de ahí sólo 13 son de posgrado (p. 530).

La relevancia de los estudios de las audiencias es planteada por Uing, Ordóñez y Herrero-Gutiérrez (2020), quienes destacan que “resulta necesario indagar sobre el impacto de los medios sociales en las preferencias de los públicos, evaluar las relaciones, diálogos e interacciones de la radio tradicional, generalista y temática, con sus audiencias para determinar las condiciones en las que avanza hacia la convergencia mediática” (p. 5).

De acuerdo con un reporte de ANUIES (2007), en la radio universitaria hay poca atención a los aspectos que resultan relevantes a la sociedad para su inclusión en barras de programación, debido a que las decisiones en cuanto al contenido de los programas, proviene directamente de los directivos universitarios, todo ello, sin un criterio unificado con las políticas de la institución, pero ninguno de los antecedentes mencionados expone la importancia de caracterizar a la audiencia de las radios universitarias, las motivaciones que llevan al consumo de su programación, ni las percepciones de la audiencia en cuanto a la barra de programación de la estación dentro de la comunidad universitaria.

Ante lo expuesto anteriormente se podría decir que nos encontramos ante un panorama que permite entender la importancia que tiene el caracterizar a la audiencia de Radio

UNI 89.7 y las motivaciones para el consumo de su programación, porque se trata no sólo de indagar en los gustos culturales de quienes conforman la Universidad (profesores, estudiantes y personal), sino en repensar el cómo ha evolucionado el concepto mismo de audiencia, teniendo en cuenta las posibilidades que permite el Internet 2.0 entre los radioescuchas y las radiodifusoras. Cabe resaltar que, de manera general, en México coexisten diferentes modelos derivados de la radio comercial como son los siguientes: el modelo generalista y el modelo musical. Una de las definiciones de radio generalista es la de Faus (1995: 182), que la concibe como “la radio de información, de comunicación intelectual, de ideas, palabra, expresión, la radio total”.

Moreno (2005) por otra parte menciona a la radio musical como “aquella que propaga constantemente contenidos musicales utilizando la dimensión estético-emocional de la música”. Estos dos modelos son más utilizados en las radiodifusoras del país. Además, la programación que opera en lo general la radio universitaria en México y en Nuevo León, atiende elementos como los relacionados con la producción, su misión, las peticiones de contenidos específicos por parte de las instancias de la estructura organizacional y otros aspectos de interés de la comunidad universitaria y proyectos con temática especial.

Por otra parte, las características derivadas del desarrollo de las TIC obligan a analizar de manera detallada acerca de cómo esas nuevas condiciones los paradigmas tradicionales ya no son pertinentes para la comprensión de los nuevos fenómenos comunicativos en medios masivos, pues la internet ha generado un replanteamiento de estos (Orihuela, 2002).

Actualmente, Radio UNAM que transmite bajo las siglas XEUN-FM, es una de las 2 emisoras de administra la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (Ortiz, 1997). Fue inaugurada el 16 de julio de 1959 por el entonces rector de la institución, Nabor Carrillo Flores. Tanto sus estudios como su transmisor fueron

establecidos en la torre de Rectoría de la Ciudad Universitaria, ubicada en la Delegación Coyoacán, su potencia inicial era de 1 kilowatt. En 1973 se estrenaron los nuevos estudios y el transmisor estereofónico de 50 watts, localizados en la Colonia Del Valle (Cultura UNAM, 2017). Radio UNAM emite en la frecuencia de 96.1 MHz de la banda FM. A diferencia de su homónima XEUN-AM, especializada en programas educativos y artísticos de conversación, su programación es de carácter musical.

En México, desde 1992, las estaciones de radio universitaria están integradas en el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de Instituciones de Educación Superior (SINPRIES), cuya finalidad es la generación colaborativa de productos para la divulgación de los conocimientos, la cultura y la información, surgida al interior de las Instituciones de Educación Superior, así como el análisis de la problemática social, económica y política. Esta organización terminó operaciones el 1 de junio de ese mismo año y se transformó en la Red de Radios Universitarias de México.

En ese entorno, resultan relevantes las vinculaciones colaborativas, como las que se generaron entre las radios universitarias de América Latina y el Caribe y que dieron como origen a la Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe, constituida el 9 de marzo del 2016 (ARPUALC, 2016, en Mullo-López, Yaguana-Romero y Álvarez- Garzón, 2017, p. 127).), cuyo objetivo general es el siguiente:

“Lograr un óptimo desarrollo de la radio pública y universitaria de América Latina y del Caribe, apoyando la integración, el diálogo y la colaboración entre los integrantes de la Asociación, así como promover y establecer vínculos de cooperación que fortalezcan las relaciones y el intercambio de experiencias entre las emisoras de radio pública y universitaria de América Latina y el Caribe”.

A nivel nacional, la expansión de la radio universitaria puede ubicarse las tres

fases que se vincula a situaciones de orden político:

- a) El primero a partir de 1991 cuando se otorgan permisos a 13 universidades, varias de ellas, instituciones privadas;
- b) El segundo, con el cambio de gobierno federal en 2000; y
- c) El tercero en 2007 “beneficiando a universidades y regiones que no habían tenido una” (Vázquez, Martín-Pena, y Parejo, 2015, p. 5).

Vázquez, Martín-Pena, y Parejo, (2015) Mencionan también que la mayoría de las estaciones de radios surgieron antes del desarrollo de Internet y aunque “la incorporación de la tecnología ha sido lenta, en 2005 todas las radios emitían por señal abierta y el 60% de ellas transmiten también vía Internet”. Para 2012, “apenas un 4% de emisiones se hacía exclusivamente por Internet”; para 2014 aumentó a 24.

“Actualmente, son diez las radios que hacen uso del podcast además de la señal por antena e Internet: Red Radio UDEG; Ibero Radio, Concepto radial y las radios universitarias de Guanajuato, Sinaloa, Hidalgo, de Occidente y Morelos” (6).

En el caso de México, “aunque la radio universitaria no se distingue por ser precisamente la de mayor audiencia juvenil, en el dial de este país” (Aceves, 2009), se encuentra un caso ejemplar: Ibero 90.95, que se considera una emisora “que entiende al discurso musical, los contenidos hablados y la exploración sonora como una propuesta integral y una combinación original, cuya finalidad es enriquecer la oferta mediática de México y proponer un entretenimiento inteligente” (Aceves, 2009). Se trata de una emisora que ha adquirido una personalidad juvenil, derivada de la participación de los estudiantes que la desarrollan, una característica propia, independiente de la que caracteriza a la Universidad.

Esta personalidad propia constituye un fenómeno en sí mismo, ya que ha logrado la fidelización de la audiencia universitaria, lo que la ha ubicado en las preferencias de la

audiencia a nivel nacional. Por otra parte, aunque hay pocos estudios sobre la audiencia juvenil de estas emisoras, es posible afirmar que una oferta de contenidos adheridos a las preferencias juveniles es una estrategia efectiva para atraer a los jóvenes, ya que se sienten representados en los contenidos que transmite la estación. “La creatividad tiene formas muy variadas de explicitarse en la radio universitaria, desde el nombre del programa, hasta la expresión multicultural y multilingüe o la exploración de métodos de participación de la audiencia, con la inclusión de las nuevas tecnologías como elemento destacado” (Durán y Fernández, en Casajús y Vázquez, 2014, p. 2010).

Es posible identificar que la facilidad de transmitir por Internet ha permitido un incremento en la cantidad de radios universitarias, aunque todavía no se ha registrado la presencia de nuevos formatos como los podcast, aunque existen productoras, que desde otros espacios de la estructura organizacional de las universidades, generan contenidos y pueden obtener financiamiento a través de diversos esquemas de comercialización.

El caso de México, este guarda, además, un área de oportunidad relacionada con la actualización de la herramienta primordial para alcanzar una mayor penetración: la tecnología. “La transmisión por Internet es un requisito de supervivencia y ampliación de audiencia de toda radio contemporánea, ya que permite ofrecer una imagen externa, aunque el paso hacia el uso de las redes sociales como Twitter y Facebook ha sido rápido, pues la mayoría lo tiene [...] sin embargo, el podcast, o audio a la carta, no ha sido totalmente adoptado por las radios mexicanas y eso limita en gran medida todos los esfuerzos que se hacen para una producción de este tipo” (Casajús, 2012)

La radio universitaria de México en la era digital.

La radio digital llega a México en el año 2011, como una plataforma que permite nuevas formas de emprendimiento y de captación de nuevos públicos, con fines económicos para la radio pública, al utilizar plataformas y frecuencias de otros. De acuerdo con Chávez (2017), en 2016, existían en Ciudad de México 14 estaciones de

radio, entre públicas y comerciales, con emisiones digitales en ambas bandas, de frecuencia y de amplitud moldurada. Radio Ibero 90.9 es pionera como radio universitaria en obtener el permiso se convierte en una de las primeras estaciones de radio de una institución educativa del Instituto Federal de Telecomunicaciones para fragmentar su ancho de banda en diversidad de emisoras, lo que se denomina multiprogramación del espectro. La obtención del permiso fue debido a que gestionó eficientemente su solicitud y acreditó los requerimientos de las instancias oficiales, pero principalmente a su ofrecimiento de fragmentar su frecuencia para apoyar los proyectos de estudiantes que quisieran emprender nuevos proyectos de radiodifusión, lo que abonaría a una democratización de los contenidos y a la pluralidad y diversidad de opiniones en la radio. Actualmente se encuentran al aire dos canales, en el 90.9.1 se emite contenido bajo el concepto de *Folk art* y en el 90.9.2 música, (Chávez, 2017).

El talento humano en las radios universitarias

La posibilidad que tienen las radios universitarias para aprovechar el talento y las competencias digitales -y para la producción de contenidos- de los profesores y alumnos de la institución, es una condición que debería dejar de lado la problemática de la contratación de locutores, conductores, productores, analistas.

Debido a las condiciones presupuestales comunes que rodean a las emisoras universitarias, muchas implementan estrategias para contar con conductores, que lejos de ser profesionales de la comunicación provienen de la propia audiencia o son representantes de sectores o grupos sociales, con algunas características como buena voz o conocimientos sobre algún tema, pero principalmente, su participación gratuita en la conducción o generación de contenidos (Casajus y Vázquez Guerrero, 2014, pp. 90-91).

En estaciones de radio universitarias españolas la convergencia tecnológica ha potenciado las posibilidades de este medio, incorporando podcast, aplicaciones móviles, redes sociales y redacciones multiplataforma (op. cit. p. 91).

Red de Radios Universitarias de México

En México, la historia de la radiodifusión evidencia que las actividades iniciales fueron del sector comercial, y en ese entorno, la radio universitaria ha podido desarrollar un nicho propio de manera progresiva. Tras el inicio de Radio UNAM, otras universidades continuaron con sus propios proyectos, como la de San Luis Potosí, en 1938 y Veracruz en 1944, la Autónoma de Chihuahua en 1957 y la de Guanajuato en 1961. En total, hasta 1979, 16 universidades contaban con una estación de radio. Los doce años siguientes, la emisión de permisos se suspendió por cuestiones políticas, y fue hasta 1991 cuando se reinició la entrega de permisos. En esta siguiente ronda, otras universidades como la Universidad de Tamaulipas (UAT) y otras 12 IES obtienen su permiso. La UAT obtuvo seis frecuencias que enlazan por vía satélite las principales regiones del estado de Tamaulipas.

El cambio político registrado en México en el 2000, cuando el Partido Acción Nacional obtuvo el triunfo en la Presidencia de la República generó nuevas y mejores condiciones para la radio universitaria, ya que a partir de ese momento, otras once universidades obtuvieron permisos, y otras más, aumentaron su capacidad de emisión. “Con este incremento que significó casi un 52% de las existentes, México se ha convertido en el país de habla hispana con más universidades que tienen estaciones de radio (Vázquez-Guerrero, 2014).

De acuerdo con Martín-Pena y Aguaded (2013, p. 68) las radios universitarias ocupan una posición relevante en la radio global, sobre todo porque aportan la frescura del enfoque juvenil y crítico, tanto en las emisiones por AM y FM como por internet, al brindar información y contenidos que de otra manera no estarían disponibles para la sociedad ya que no interesan a la radio comercial.

En México, la radio opera en más de 75 Universidades que transmiten por las

frecuencias convencionales y a través de Internet, aunque solo 22 están afiliadas a la Red de radios Universitarias de México (RRUM) que preside, Marco Antonio Gutiérrez Mendoza, Director General de Comunicación Universitaria y de Uni-radio, de la Universidad Autónoma de Chihuahua. De acuerdo con Vázquez (2015), las radiodifusoras universitarias que conforman la RRUM son las que se emiten desde 22 universidades, 16 de las cuales son públicas y seis son privadas, actualmente *Radio UNI* no pertenece a la RRUM. Para el año 2019 y con tan solo cuatro años de operación la Red de Radios Universitarias de México logró desarrollar proyectos con cooperación, apoyados por sus integrantes en sus necesidades de capacitación técnica y operativa, al tiempo que ha sido enlace ante otras instituciones para el fortalecimiento individual y colectivo.

Resulta importante subrayar todo esto, como una etapa y fase que Radio UNI debería perseguir en el corto o mediano plazo, como señala Casajus (en Martín-Pena y Agueda, 2013), es sumamente importante la vinculación y la colaboración, en el marco de organismos que se integren a nivel nacional e internacional, a fin de lograr una exposición positiva de las actividades que realizan cotidianamente las diversas radios universitarias, en su labor como fuente de información social, generación de conocimiento y divulgación científica, académica y cultural, a la vez que reivindica la importancia de estas emisoras en el universo de la comunicación.

Al no estar asociado, el trabajo y desarrollo generado, si bien puede ser mucho muy positivo, puede permanecer aislado y reducido potencialmente al carecer de la plataforma de recursos diversos y enlaces en temas y líneas de divulgación científica, cultural, artística y académica que se estén generando entre los miembros de las redes como la RRUM.

Tabla 1. Universidades que conforman la RRUM

Número	Nombre de la Universidad	Tipo de Universidad
1	Universidad Autónoma de Aguascalientes	Pública
2	Universidad Autónoma de Coahuila	Pública
3	Universidad Autónoma de Tamaulipas	Pública
4	Universidad Nacional Autónoma de México	Pública
5	Universidad de Colima	Pública
6	Universidad Autónoma de Campeche	Pública
7	Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa	Pública
8	Universidad Anáhuac – México Norte	Privada
9	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	Pública
10	Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro	Pública
11	Universidad del Golfo – México Norte	Privada
12	Universidad Autónoma de Yucatán	Pública
13	Instituto Tecnológico de Tijuana	Pública
14	Universidad Autónoma del Estado de México	Pública
15	Universidad Veracruzana	Pública
16	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	Pública
17	Universidad Autónoma Metropolitana	Pública
18	Universidad de Monterrey	Privada
19	ITESM-Campus Ciudad de México	Privada
20	Universidad Vasco de Quiroga – Campus Michoacán	Privada
21	Instituto Tecnológico de Saltillo	Pública
22	Universidad Iberoamericana, Campus León	Privada

Elaboración propia con datos de Vázquez (2015.)

Radio UNI en el contexto de la Universidad Autónoma de Nuevo León

La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) surge de manera oficial en

1933, pero sus antecedentes se remontan de tiempo atrás, ya que para esa fecha de oficialización ya existían sus escuelas de Jurisprudencia, de Medicina y Farmacia, la Escuela Normal y Colegio Civil, de las cuales surgió la propuesta para someter a consideración del Honorable Congreso del Estado de Nuevo León la creación de una universidad, lo cual ocurriría el 25 de septiembre de 1933, que se considera oficialmente la apertura de actividades de la actual UANL, con una población estudiantil de 1,864 estudiantes y 218 profesores (UANL, 2015).

Actualmente se encuentra ubicada en el municipio de San Nicolás de los Garza, dentro de la Zona Metropolitana de Monterrey y campus en seis municipios del estado mexicano de Nuevo León; su matrícula es de 206,000 estudiantes y 17,215 trabajadores (entre maestros y administrativos) (UANL, 2019).

Radio UNI 89.7, fue planteada como parte de un sistema de comunicación de la UANL que incluía también televisión, inaugurados el 15 junio de 1990 bajo la Dirección de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Ambos medios de comunicación surgen de la misma manera que ocurrió en otras universidades: por la demanda sentida de que los estudiantes de diversas áreas contaran con espacios para realizar sus prácticas, lo que conjuntó a alumnos de Ingeniería en Electrónica y Comunicaciones. Las operaciones iniciaron el 9 de junio de 1990 con una intervención del entonces gobernador de Nuevo León, Lic. Jorge Treviño Martínez.

Por contar con una figura legal de permisionario y por su carácter cultural y educativo; desde sus inicios fue parte de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de la República Mexicana, la ahora Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C. y la programación se realizaba en colaboración con las Facultades de Comunicación y la de Filosofía y Letras (UANL, 2017).

Según un estudio del investigador mexicano Carlos Villanueva (2012), en los inicios que de Radio Uni, su principal enfoque fue el de experimentación. En su estudio, el autor expone que al momento de su estudio los contenidos musicales eran los que predominaban, además de emisiones sobre temas culturales, espacios sobre niños y jóvenes.

Estos programas fueron realizados, en su mayoría por becarios de servicio social de diversas carreras de la UANL y por otro lado, también se cuenta con programación obtenida de intercambios acordados con otras radios universitarias de México y del resto del mundo. Son pocos los programas relacionados con áreas estratégicas como salud, medioambientales y deportes.

Radio Universitaria en México con carácter social

Uno de los propósitos dentro de esta investigación es la identificación y valoración del carácter social de la radio universitaria, aceptando que su carácter social se asocia a la alternativa que representa la radio universitaria, al no estar condicionada por el monopolio de los medios de comunicación en la mayoría de los países. En México no existe un modelo de radio universitaria que sea impuesto por ley, de tal modo que los contenidos de programación están íntimamente ligados a la estructura que tiene cada institución, aunque la característica principal es que deben difundir contenidos culturales y la avenida de extensión de cada institución universitaria.

Las radios universitarias constituyen una realidad a nivel mundial, y como tal, de acuerdo con la académica mexicana de la Universidad de Colima, Marina Vázquez-Guerrero (2015, p. 152) en la región hay ausencia de investigaciones con rigor académico que hayan evaluado cuantitativamente la audiencia, frente a la realidad de otras naciones que han investigaciones sobre sus contenidos y perfiles. Por lo tanto, el estudio de la radio universitaria en México se puede considerar como una línea de investigación que paulatinamente ha ido despertando el interés de la comunidad

científica del área. Analizar su impacto necesariamente tendrá que ver con la medición de audiencias respectivas.

Por mucho tiempo se consideró a la radio universitaria como ajena e indiferente a las concepciones de medición de audiencia, y apenas desde los años noventa iniciaron las primeras mediciones de las radiodifusoras universitarias; estas mediciones iniciales las situaron en los niveles más bajos de audiencia (De Quevedo, 2004). Para Murelaga (2008) “la audiencia es un término abstracto que ha evolucionado de manera constante durante décadas. A modo de introducción general, la audiencia puede definirse como: el conjunto de individuos que forman parte de un colectivo que, por unas circunstancias similares, reciben un estímulo (entretenimiento, información o educación) por medio de un canal (por ejemplo, la radio), dentro de un contexto y tiempo determinados”.

Ante este bajo posicionamiento, las estaciones dedicadas a actividades culturales y de carácter institucional, se replantean la importancia de conocer el perfil de los radioescuchas y el interés que tienen sus contenidos y programación. Cobra sentido y relevancia determinar los distintos modelos existentes de programación.

La radio universitaria posee hoy en día un claro compromiso de carácter social. Además de la democratización del conocimiento para los colectivos, a través de la difusión y la divulgación de la ciencia y la innovación tecnológica, la radio universitaria desde su programación radiofónica puede -y debe-, vehicular una sólida formación ciudadana para la población radioescucha. En ese sentido, la audiencia meta es aquella población estudiantil universitaria, pero también la población general (De Quevedo, 2004).

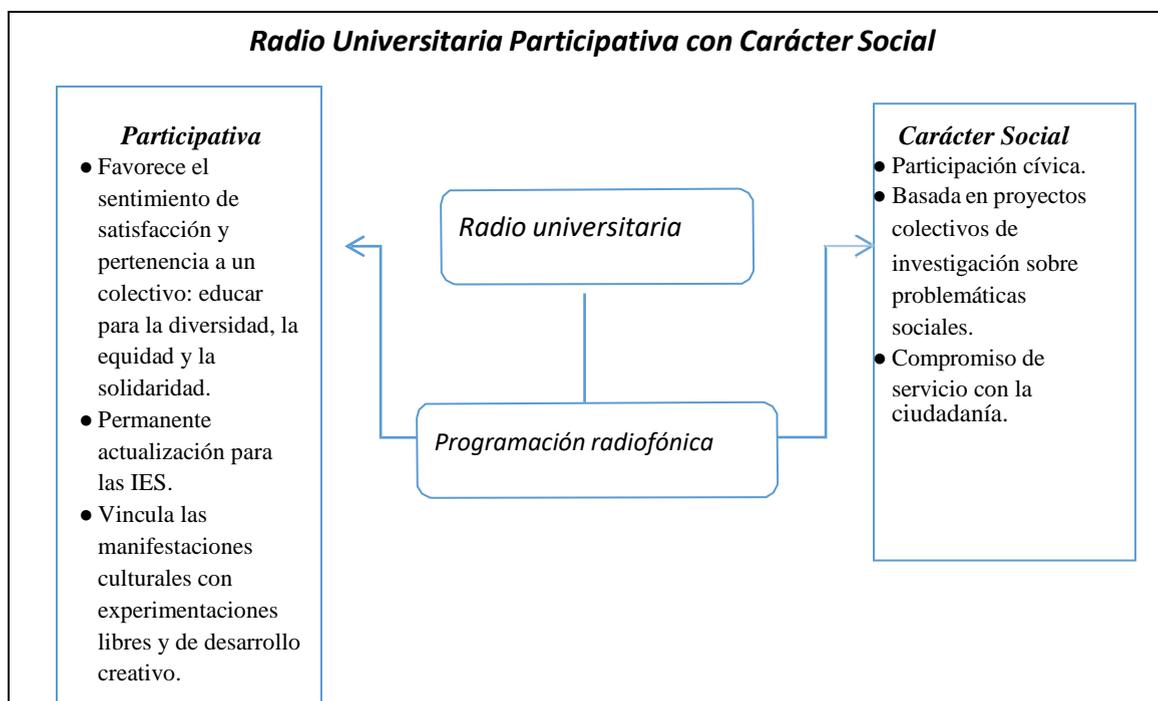
Tal expectativa implica y requiere considerar la inclusión, la diversidad, la equidad y la solidaridad. Por lo anterior, y considerando los elementos teóricos analizados, así como las investigaciones y estudios previamente realizados por especialistas del área de los medios de comunicación, focalizados en el estudio y los

retos actuales para la radio universitario, desde el marco social, tecnológico y mediático, se establece una propuesta para la radio universitaria participativa con carácter social.

Educar para la solidaridad: Existen hoy en día graves problemas sociales y económicos en Latinoamérica, uno de ellos se relaciona directamente con el alto índice de evasión y fraude fiscal, que evidencian la relevancia de temas tan importantes como la formación en una cultura tributaria o fiscal. Por ejemplo, los niños, jóvenes y jóvenes adultos pueden analizar, desde la programación radiofónica, contenidos informativos y contenidos de análisis sobre la distribución del gasto público y el ejercicio de los impuestos, que debería traducirse en obras y servicios de beneficio general para las poblaciones, todo ello, con la finalidad de que el contribuyente y el futuro contribuyente puedan comprender el valor ético y moral de cubrir y cumplir con sus obligaciones fiscales, además de recibir una adecuada formación en materia fiscal sobre el adecuado inicio de una actividad empresarial o de actividades empresariales como persona física.

En este rubro, un error localizado hace tiempo es considerar que *se debe hablar de impuestos con los jóvenes*, hasta que estos decidan colocar una primera empresa o iniciar un primer trabajo formal (Villarreal, 2018). Los niños y jóvenes, por ejemplo, no están informados, o bien, no son sensibles ante el hecho de que todos ellos, aun sin empresa o trabajo formal, pagan impuestos cada vez que consumen ciertos productos o servicios, por lo que consideran que el mundo de lo fiscal es sumamente lejano a su entorno de vida. Esta distancia de la realidad económica y condición social nutre gradualmente la incomprensión y la insensibilidad ante las problemáticas económicas y sociales que rodean su contexto familiar particular.

Figura 1. Radio Universitaria Participativa. Una Propuesta con Carácter Social



Elaboración propia con base en De Quevedo (2004), Aguaded y Martín-Pena (2013).

Educación para la diversidad y la equidad: El carácter formativo y educacional que posee la radio universitaria presenta un exhaustivo abanico de oportunidades para generar, reforzar, complementar esfuerzos sistemáticos, para fortalecer programas radiofónicos educacionales orientados a educar para la diversidad y para la equidad. El *bullying* homofóbico y transfóbico que se experimenta hoy en día dentro y fuera de las organizaciones escolares, en las empresas y en los espacios abiertos en general, es una práctica negativa que impregna la interacción y que puede abordarse desde el ámbito y en un nivel de lo preventivo. Formar al radioescucha en el respeto hacia la diversidad sexual en un marco integral, puede ser uno de los ejes como criterio de programación radiofónica selectiva, para dar a conocer y analizar de manera crítica y fundamentada en qué consiste la homofobia, la transfobia y la violencia de género (Flores y Gutiérrez, 2019). Como problema social, la violencia de género mantiene un claro origen en

modelos educacionales y familiares basados en definiciones de roles anacrónicos para el hombre y la mujer, en los que la subestimación y la subvaloración para la mujer han sido tradicionalmente fomentados a través de un sistema de creencias eminentemente patriarcal y tolerado posteriormente en los espacios laborales y profesionales.

Aceptar hoy que el varón y la mujer mantienen un rol singular, diametralmente similar dentro y fuera del ámbito familiar, no solo atraviesa el espacio de las convicciones personales, sino que se enmarca en el fundamento de los derechos fundamentales y humanos. Esto ha permitido avanzar hacia el terreno de lo legal y hasta alcanzar la tipificación de la conducta agresiva como un delito, considerando que las agresiones de diversos tipos se presentan y perpetúan. Si bien, el ámbito de la ley intenta alcanzar los contextos preventivos, su labor se presenta anclada en el terreno de lo reactivo. Es por ello la importancia que representan los esfuerzos sistemáticos para proseguir con la tarea educacional desde las posibilidades de un medio de comunicación como lo es la radio universitaria, buscando en todo momento los elementos asertivos y participativos hacia la ciudadanía, manteniendo y revalorando así, el compromiso de carácter social que ya posee.

Permanente Actualización para las Instituciones Educativas: Los espacios de programación radiofónica y los criterios para la producción y selección de programas, representan una magnífica oportunidad para apoyar la permanente actualización de las escuelas y facultades de la Universidad. La estructura actual de los sistemas de investigación al interior de la Universidad, a través de grupos de investigadores, Cuerpos Académicos y especialistas de las diversas áreas del conocimiento, permiten contar con un selecto grupo de intelectuales e investigadores que se mantienen en constante actualización y producción de conocimiento (Garza, 2019). El producto de investigaciones, experimentaciones e innovación debe llegar a las aulas, para favorecer

el aprendizaje de todos los alumnos, pero también debe llegar a la población en general y compartirlo con la ciudadanía.

La divulgación y difusión de la ciencia, la tecnología, la innovación y el arte, debe permitir la actualización de las diversas instituciones educativas en el país, y en específico, en la región noreste, a partir de la producción radiofónica. De esta manera, las escuelas del sector de educación básica, media, media superior y superior deben recibir esta emisión en una productiva interacción entre los especialistas, docentes y grupos estudiantiles y sus grupos de estudiantes, docentes y administradores de los centros escolares e instituciones educativas de los diversos niveles escolares.

Como una herramienta formativa que permite y fomenta el análisis y el pensamiento crítico como sustento para la estructuración de una ciudadanía expectante y cada vez menos ingenua contenidos y áreas, desde la nanotecnología y sus aportaciones para el ámbito de la salud, las operaciones quirúrgicas, hasta la innovación de materiales asépticos a través de componentes nanotecnológicos, temas que van desde la discusión del derecho al aborto y la legalización del cambio de identidad legal y género hasta el análisis de la legalización de la marihuana y los estupefacientes, manteniendo una firme convicción de conceptualizar la radio universitaria.

Asimismo, la radio universitaria es una herramienta para el fomento de competencias relacionadas con la alfabetización mediática, como lo comprobaron Núñez Fernández, Aceituno-Aceituno, Lanza Escobedo, y Sánchez Fernández (2022). “El trabajo con la radio escolar en colegios de Educación Primaria y en Institutos de Educación Secundaria, ya sean de ámbito público o privado, fomenta la competencia mediática, teniendo en cuenta para valorarlo, indicadores relacionados con cuatro competencias clave recogidas en el actual currículo: lingüística, digital, social y cívica, sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor (Núñez Fernández, Aceituno-Aceituno, Lanza Escobedo, y Sánchez Fernández, 2022, p. 186).

La radio universitaria ofrece un espacio democratizador para el abordaje de temas a los que la radio comercial no destina espacio, como los temas de salud, y, especialmente, los relacionados con discapacidad y grupos menos favorecidos, al tiempo que reivindica el valor del periodista como *gatekeeper* (Pombo-San Miguel, 2017), lo cual, en el ámbito universitario constituiría una oportunidad formativa para los estudiantes que participan.

Capítulo 2. Metodología

Las emisoras universitarias suponen un modelo diferenciado de hacer radio debido a sus propias características, entre las que se encuentran las siguientes: el contexto específico de actuación, los agentes que participan en él, las temáticas especializadas que se programan, el perfil de oyentes a los que van dirigidas y la transferencia de conocimiento a la sociedad que permiten estos canales mediante la divulgación de la ciencia y los descubrimientos y hallazgos que se producen en las propias universidades, como cunas del saber y de la experimentación científica (Lazo y Martín-Pena, 2014, p. 9).

Dentro del presente capítulo se integra la forma en que fue realizada la investigación descriptiva llevada a cabo, con el propósito de diagnosticar el acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL. Los resultados obtenidos han permitido determinar el perfil del radioescucha universitario, identificando en la figura de este consumidor cultural no solo al estudiante, sino al docente, administrador y colaborador o trabajador universitario.

Contextualización y justificación de la investigación

La estación de Radio UNI 89.7 se originó en 1990 como un nuevo proyecto radiofónico experimental dentro de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (FIME) una de las dependencias de la Universidad. Radio UNI 89.7 nace con la finalidad de ofrecer una verdadera alternativa ante las opciones comerciales de la radio en el estado de Nuevo León. Se configuró como una propuesta que ofreciera una programación musical variada entre los días de la semana; el objetivo superior fue el de contar con todo tipo de programas y contenidos, además de brindar oportunidad a los estudiantes de formarse y aprender todo lo necesario del mundo de la radio.

Se planteaba que la estación quedaría abierta para recibir a los estudiantes de todas las carreras y no solo a los estudiantes de las carreras de Ciencias de la Comunicación y Ciencias Sociales, con ello, se buscaba otorgar un valor agregado en la formación académica de cada uno de ellos, además de considerar la integración de estudiantes para realizar su servicio social dentro de la estación de radio.

Planteamiento del problema

Desde sus inicios, las universidades han sido punto central en la construcción y divulgación del conocimiento, porque ha sido de sus comunidades de las que han surgido las formas de hacer ciencia, en las que se basa el desarrollo de la humanidad y de las ciencias. Pese a ese valor social, todavía existe una enorme diferencia entre el ritmo con que se generan las soluciones creativas, y el tiempo en que estas son implementadas fuera de los campus universitarios.

“Esta brecha en la transferencia de soluciones creativas e innovadoras a los problemas de la sociedad, es la principal desconexión entre la universidad y sociedad en la transferencia del conocimiento” (Scherer, 2006), es por esto que desde la academia debería pugnarse por acelerar los tiempos en que se impacta con el conocimiento a la sociedad, y hacerlo de manera más permeable y ágil.

Por otra parte, la sociedad en general espera contenidos permeados de conocimiento de las instituciones académicas y que sean un punto de referencia ante el surgimiento de nuevos conocimientos y mediante su guía se pueda concebir, conocer y explicar los fenómenos sociales que se generan en el mundo desde una óptica informada y crítica.

Esto permitiría vislumbrar los caminos hacia los cuales los nuevos conocimientos tienen posibilidad de guiar a la sociedad. Por ello, debe reflexionarse sobre la importancia de ser la voz que seguir a través de un medio de comunicación como lo es radio universitaria, y generar conciencia en las próximas generaciones que

serán quienes se apropien de esta herramienta de comunicación, para asegurar un uso más responsable y eficiente en pro del bienestar común.

El compromiso social de la radio universitaria en este mundo globalizado y conectado se relaciona con las propias funciones sustantivas de la Universidad: docencia, investigación y extensión. Desde la radio universitaria es posible contrastar el bombardeo publicitario y de los intereses de grupos mercantiles. De acuerdo con Vázquez-Guerrero (2017 s/p), la relevancia de escuchar radio universitaria se cimienta en el decálogo siguiente:

1. Porque con su presencia contribuye a la democratización de las comunicaciones y evita generalizar el pensamiento único, comercial y superficial, ante la creciente concentración mediática.
2. Porque su comunidad participa en la elaboración (universitarios y sociedad).
3. Porque a pesar de no contar siempre con grandes recursos, ofrece lo mejor que puede con talento y creatividad.
4. Porque da prioridad a la audiencia antes que a sus jefes o anunciantes.
5. Porque contribuye a difundir diferentes géneros musicales, evitando las modas.
6. Porque difunde ciencia y tecnología.
7. Porque permite la experimentación de formatos y temas.
8. Porque participa en la formación de estudiantes.
9. Porque comunica a la sociedad las actividades de la universidad y la invita a participar.
10. Porque siempre busca innovar para estar cerca del radioescucha.

Es por ello, por lo que se considera conveniente analizar las preferencias de contenidos radiofónicos de la comunidad universitaria, diagnosticar el acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL, determinar el perfil del radioescucha universitario, conocer los

intereses de programación y contenido de los universitarios y determinar el uso mediático de la radio universitaria.

Los estudios de audiencia en radio

En un mundo cambiante, la radio también debe modificar sus formas, para adaptarse a las nuevas plataformas, recursos y sobre todo, gustos y preferencias, que cada vez son más reducidas, frente a la diversidad de ofertas y de plataformas de acceso. Las audiencias jóvenes se han ido alejando de la radio, a tal grado que en países como Dinamarca los jóvenes de 19 a 29 años han dejado de escuchar radio en un 40%, en tanto que en España, esta franja etaria prefiere ver televisión por internet, aunque suele concederle un papel secundario al radio. EL internet les permite escuchar radio en línea, una de sus formas de acceder a este medio de comunicación (Casajús y Vázquez-Guerrero, 2014).

La radio ha sido sustituida por diversos nuevos medios y formas de comunicación surgidas a partir del Internet 2.0. Redes sociales y aplicaciones que permiten la comunicación en tiempo real resultan más atractivas para los jóvenes que escuchar radio. En un estudio realizado por Soengas, López-Cepeda y Sixto-García (2019), para conocer cómo se han modificado los hábitos de acceder a los contenidos, posibilidades de informarse de los jóvenes, los autores mencionan: “Seleccionamos 100 estudiantes de tercero y cuarto curso de cinco universidades públicas ubicadas en ciudades con características socioeconómicas diferentes para comprobar si el entorno influye en el comportamiento y en el consumo de información, y si se refleja en las rutinas, en el interés y en las preferencias”.

Y encontraron lo siguiente:

“El 97% de los estudiantes de Periodismo prefieren las redes sociales para

informarse, en lugar de los medios clásicos, y el 92% de los alumnos de otras carreras de Ciencias Sociales también señalan la misma opción. La prensa, con un 81% de lectores estudiantes de Periodismo y un 79% de Ciencias Sociales; la radio, con un 38% de oyentes de Periodismo y un 43% de Ciencias Sociales; y la televisión, con un 84% de espectadores de Periodismo y un 80% de Ciencias Sociales” (Soengas, López-Cepeda y Sixto-García, 2019, p. 1601). Sus hallazgos destacan que “los porcentajes anteriores son altos, excepto en el caso de la radio, pero no se corresponden con un consumo de prensa y de televisión relevante de forma habitual, porque muchos estudiantes [...] no se informan a diario a través de los medios” (Soengas, López-Cepeda y Sixto-García, p. 1056).

De acuerdo con los resultados obtenidos por dichos autores, de “los alumnos que leen la prensa, el 15% lo hace todos los días, el 6% varias veces al día, el 37% dos o tres veces a la semana, el 23% una vez a la semana, el 11% solo cuando necesita documentarse sobre algún tema o en alguna circunstancia extraordinaria y el 8% nunca. La radio es el medio menos utilizado por los estudiantes para informarse. El 9% de los alumnos escucha informativos una vez al día, el 5% varias veces al día, el 17% dos o tres veces a la semana, el 48% una vez a la semana, el 10% cuando necesita documentarse sobre algún tema o en alguna circunstancia extraordinaria y el 11% nunca. En cambio, el consumo habitual de información en televisión es mucho mayor que el registrado en prensa y en radio. El 82% ve algún informativo una vez al día, el 9% varias veces al día, el 6% una vez a la semana y el 3% dos o tres veces a la semana” (Soengas, López-Cepeda y Sixto-García).

“Las versiones digitales de los medios han cambiado los hábitos de consumo de la información en los ciudadanos, y los estudiantes no son una excepción. Gracias al proceso de hibridación de medios la prensa, la radio y la televisión han integrado características que eran propias y específicas de otros soportes, y ese proceso ha

modificado los protocolos para acceder a las noticias. Las diferentes franjas pautadas en esta investigación no son excluyentes, porque un alumno puede consultar un medio varias veces al día, por eso la suma de los porcentajes parciales puede superar el 100%” (op. cit.).

Los mismos autores señalan también que “El 9% lee la prensa por la mañana para informarse antes de salir de casa, el 11% en el viaje hacia la universidad, el 15% en los descansos de clase, el 32% a mediodía, el 41% por la tarde y el 7% por la noche. El 10% también escucha la radio por la mañana, el 4% en el viaje hacia la universidad, el 3% en los descansos de clase, el 29% a mediodía, el 8% por la tarde y el 35% por la noche. El 6% ve los informativos de televisión por la mañana, ninguno reconoce que los ve en el viaje hacia la universidad, ni en los descansos de clase, aunque la tecnología lo permite, el 32% a mediodía, el 3% por la tarde y el 30% por la noche.”

“La radio es el soporte con menos audiencia, pero es el más creíble para el 38%; para el 25% lo es la prensa y para el 20% la televisión. Las redes sociales ocupan el último lugar en fiabilidad (17%), aunque la mayoría de los estudiantes se informan a través de ellas, -concretamente el 97% de alumnos de Periodismo y 92 % de las otras titulaciones analizadas [...] Ahora existen nuevos escenarios informativos caracterizados por la fragmentación y por la segmentación de las audiencias, cada vez más especializadas, más exigentes y más críticas. En este contexto es donde hay que situar a los universitarios como parte de un público que tiene nuevas necesidades y que no se conforma con los contenidos que ofrecen los medios, tanto en los soportes tradicionales como en las versiones digitales, porque no han sabido adaptarse al nuevo escenario para competir con las redes sociales, ni aprovechar todas las oportunidades que ofrece la tecnología” (Soengas, López-Cepeda y Sixto-García, 2019, p. 1605).

Desde esta óptica, la radio universitaria puede ser utilizada como un significativo

punto entre la sociedad y su sentir, entre el conocimiento puro y el saber popular, volverse una herramienta efectiva en un momento histórico donde los espacios de reflexión y crítica sucumben ante el apabullante consumo que dictan los modelos económicos que rigen en la conciencia colectiva. Se vuelve imperante que las instituciones académicas generen una barra de programación radiofónica efectiva y que realmente cumplan con la obligación de ser un agente de cambio social.

Así es como se plantean dos posturas básicas, la del uso responsable de los medios de comunicación como agente de cambio, y por otro lado, la de los medios comerciales interesados únicamente en satisfacer las necesidades del mercado que actualmente parecen imperar en las barras de programación radiofónicas en la actualidad -aunque ambas conviven en la actualidad- se hace evidente la debilidad de la primera ante la fuerza de la segunda.

Ante este escenario, se podría afirmar que las radios universitarias no deben replicar los modelos de programación convencionales, teniendo en cuenta que quienes realizan la radio universitaria son en su mayoría estudiantes de diferentes disciplinas, los cuales son guiados por grupos pequeños de profesionales contratados exprofeso.

En la mayoría de las radios universitarias no cuentan con los recursos tecnológicos, ni económicos, por lo que no tendría sentido tratar de competir contra modelos comerciales de programación. La radio, como medio de comunicación es un negocio como cualquier otro, en este tema cobra vigencia el planteamiento de Lipovetsky (1990) acerca de que la sociedad de consumo supone la programación de lo cotidiano; manipula y determina la vida individual y social en todos sus intersticios; todo se transforma en artificio e ilusión al servicio del imaginario capitalista y de los intereses de las clases dominantes.

Debido a ello, en los emporios radiofónicos prevalece el objetivo de lograr cada

día mayores audiencias, para así satisfacer la demanda de una programación, donde el único objetivo es la venta de publicidad la cual rige contenidos espacios y tiempos. Es así como en la actualidad prevalece una radio basada en intereses comerciales y con una pobreza creativa en los formatos programados, y como expresan Gutiérrez y Huertas (2003, p. 134), “al predominio de una política programática basada en la competencia directa”.

Las radios universitarias tienen la posibilidad de ser un importante semillero de nuevas ideas, por la libertad, experimentación y creación de nuevos formatos, sonidos y contenidos, propios de la juventud de los integrantes universitarios y la experiencia de sus mentores en la vida académica, y basados en los valores de las universidades, teniendo así la oportunidad de ser punta de lanza en una gran variedad de procesos de innovación aplicables en este medio de comunicación.

Por otra parte, por las características regulatorias de las radios universitarias como instituciones de servicio público, estas solo pueden transmitir espacios promocionales bajo ciertas normas (Ley Federal de Radio y Televisión, 2002). Sus barras programáticas no están regidas por las demandas del mercado, lo que permite un análisis crítico de la realidad, alejado de los intereses comerciales y políticos, sentando las condiciones para ser una opción viable para la difusión de la cultura, el conocimiento y la realidad social con una visión crítica en sus contenidos.

Si bien es cierto que uno de los objetivos y características esenciales de las emisoras en la Universidad es montar un puente entre los centros productores de conocimiento y la sociedad, no tendrían por qué no mostrar otros programas otros temas diversos para satisfacer la demanda de la propia comunidad que la alberga, sino que debe ser también un medio con más apertura en cuanto a sus contenidos, entonces habría que buscar un punto de equilibrio que unifique ambas posturas, y que la sociedad que la alberga territorialmente se sienta mayormente representada, por lo tanto, no deben ser

otros sino los que aspiren a un verdadero servicio público (Fernández, 2009).

La programación de una emisora de este tipo debería fundamentarse en el beneficio de la sociedad, que atienda las necesidades del público y no los intereses propios, y sin fines de lucro. La forma de lograrlo es, al tiempo de atender lo que la audiencia prefiera, ofrecer contenidos en los que se integren los resultados de la investigación científica, de la misma manera que las demandas de los grupos sociales y activistas, que de otra manera “serían casi invisibles a la sociedad. Al final, el gusto no viene de la demanda sino de la oferta” (Pérez, 2010).

Es así como la programación radiofónica debe ser un reflejo de los valores institucionales y fortalecer la identidad universitaria, que al igual que la individual, se encuentra determinada por una gran cantidad de factores y, entre todos ellos, sin duda alguna destaca el contenido de sus medios de comunicación masiva y el nivel de consumo que existe entre estudiantes y trabajadores de la UANL hacia la estación de radio de su institución.

Hasta el momento de esta investigación no se encontraron estudios o datos oficiales que sustentaran las razones de por qué o cómo se determinó el contenido temático de los programas emitidos por Radio Uni 89.7 actualmente, más allá del código de ética, los valores y misión expresados en su página web de la radiodifusora universitaria que ocupa a este trabajo de investigación, que se cita a continuación: *“Misión: Realizar producciones televisivas y radiofónicas que divulguen el pensamiento y la creación fomentando el desarrollo de los universitarios y de lasociedad.*

Visión: Ofrecer la mejor alternativa a la sociedad, la información significativa de los eventos que acontecen en nuestra comunidad al estilo Universitario con valores de Ética, Respeto, Tolerancia, Compromiso, Responsabilidad, Cooperación y Puntualidad que realcen a nuestra Institución y nuestro trabajo” (UANL, 2018).

En su código de ética enuncia:

“Criterios Profesionalismo

- I. Poner al servicio de la sociedad y sin reserva, todos los conocimientos, habilidades y experiencia para el cumplimiento de los objetivos y metas de la Dirección General de Radio y Televisión Universitaria.*
- II. Abstenerse de cualquier acto que pueda mermar el respeto a la institución y a su audiencia.*
- III. Actualizar permanentemente su conocimiento teórico y práctico de excelencia y actualidad, en los temas y materias inherentes a sus funciones.*
- IV. Trabajar de manera solidaria y con actitud de cooperación, ayuda y empatía en la consecución de los objetivos institucionales, en beneficio de nuestras audiencias” (UANL, 2018).*

En el marco del proceso didáctico y metodológico de la universidad, es el docente a quien se le ha asignado la responsabilidad de ser la fuente primaria en la formación del alumno, divulgando el conocimiento; en tanto los estudiantes asumen un rol pasivo.

En franca divergencia Scherer (2006) señala que los trabajos de aprendizaje deben incluir a estudiantes participando en la producción de los contenidos radiofónicos, con una participación activa como creadores y para experimentar para conocer y consumir contenidos multimedia con una actitud crítica derivada de este conocimiento.

El interés académico de la presente investigación se orienta al análisis de la audiencia y las motivaciones para el consumo de los contenidos de Radio Uni 87.9, para brindar un enfoque analítico lo que se presenta como una tendencia hacia la uniformización de las pautas en las radios universitaria. Dentro del ámbito de la comunicación existe poco conocimiento sobre los efectos de la radio universitaria en la vida académica, social y cultural de los radioescuchas.

De acuerdo con el decálogo de Vázquez-Guerrero (2017b) la relevancia de

escuchar radio universitaria es importante, porque evita generalizar el pensamiento único y comercial; la radio universitaria se proyecta como abierta, para que su comunidad participe en la elaboración de contenidos, ofrece de manera permanente la riqueza de pensamiento creativo que da preponderancia a la audiencia, anteponiéndola a sus autoridades o jefes, ya que difunde géneros musicales variados, más allá de la moda comercial impuesta, difunde el nuevo conocimiento científico, además de que permite explorar nuevas formas y temáticas, e involucrar a los estudiantes en las actividades universitarias e invita a participar en ellas y busca innovar para estar cerca del radioescucha.

Si bien el decálogo de Vásquez-Guerrero (2017b) se puede percibir como completo y fundamentado, es claro que, por circunstancias diversas, no todas las radios universitarias están próximas a cumplir con tales propósitos y objetivos, todo ello, a pesar de considerar que la radio universitaria, sí puede ser una herramienta de comunicación para contribuir a tan loables propósitos y objetivos.

Emprender estudios que profundicen en el impacto logrado en las comunidades universitarias es vital, partiendo de la base de la cercanía o lejanía para con la radio escucha universitaria y los nuevos hábitos tecnológicos de los jóvenes y adultos universitarios y sus preferencias por contenidos radiofónicos. Para atender el vacío de conocimiento referente al perfil de los radioescuchas de Radio UNI 89.7 y las motivaciones que orientan sus preferencias de consumo mediático, fue necesario diseñar instrumentos de tipo cuestionario, basados en los constructos de las teorías que estudian el consumo mediático de la audiencia, se procuró mantener la precisión y la imparcialidad en el diseño de las preguntas del instrumento y el procedimiento de su aplicación.

Es por ello que resulta necesario analizar las preferencias de contenidos radiofónicos de la comunidad universitaria, diagnosticar el acceso, uso y preferencias de

la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL, determinar el perfil del radioescucha universitario, conocer los intereses de programación y contenido de los universitarios y determinar el uso mediático de la radio universitaria.

Objetivos de la investigación

Las experiencias particulares y características comunes de las emisoras universitarias constituyen un punto de interés por parte de los investigadores del ámbito de la comunicación que se han especializado en el estudio de la radio universitaria. A ello obedece que el objetivo general de esta investigación se oriente hacia la identificación de las motivaciones y los hábitos de consumo de la comunidad universitaria de la UANL, con respecto a la programación de la estación Radio UNI 89.7.

Objetivo general

Determinar las motivaciones y hábitos de consumo de la comunidad universitaria de la UANL con respecto a la programación de la estación Radio UNI 89.7.

Objetivos específicos

1. Analizar las preferencias de contenidos radiofónicos de la comunidad universitaria.
2. Diagnosticar el acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL.
3. Determinar el perfil del radioescucha universitario.

Pregunta de investigación

Esta investigación busca responder a la pregunta de investigación siguiente:
¿Cuáles son las motivaciones para el consumo de la programación de Radio UNI 89.7 que caracterizan a la audiencia en la comunidad Universitaria de la UANL?

Los estudios descriptivos basados en el enfoque cuantitativo, se originan en los supuestos que sustentan la filosofía postpositivista, bajo el argumento de que el conocimiento puede considerarse como válido únicamente cuando en el proceso de investigación se busca permanentemente la precisión en la objetividad de los resultados empíricos, con la finalidad de explicar la problemática de la investigación y cómo esta interactúa con la población; la rigurosidad en cada uno de los pasos de la investigación permite que el conocimiento adquirido sea coherente con la realidad (Cresswell, 2013).

“Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Hernández Sampieri, 2017, p. 103). Buscan además especificar “las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Danhke, en Hernández Sampieri, 2017). Es decir, se miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Fundamentación del enfoque metodológico de la investigación

El método cuantitativo favorece la recolección de datos numéricos, medibles y observables para poner a prueba las respuestas propuestas por el investigador para explicar el fenómeno de estudio, sin embargo, desde esta postura paradigmática, toda explicación propuesta como conocimiento es una conjetura informada y sustentada de la realidad, mas no se considera la existencia de la verdad científica absoluta; la evidencia cuantificable es la que finalmente determina qué conocimiento se apega más a la realidad. Por lo tanto, hacer investigación es el proceso de construir una propuesta acerca de la realidad con información proveniente de estudios previos, para posteriormente ponerla a prueba mediante los datos obtenidos de una encuesta.

Todo conocimiento generado a partir del método cuantitativo debe estar sustentado en los datos numéricos, en las evidencias empíricas del fenómeno de estudio

y en conceptos racionales que surgen durante la investigación. En esta investigación se utilizó un diseño de investigación descriptivo, porque el énfasis se centró en formular las preguntas necesarias para que la población describiera detalladamente sus preferencias y estas fueran cuantificadas y analizadas estadísticamente.

Cada conocimiento generado de una investigación debe estar correctamente sustentado en los datos para ser considerado como válido. La fortaleza de este método radica en desarrollar argumentos que puedan explicar la realidad de una problemática, identificando las variables que están influyendo en el problema; en el caso del presente estudio, las variables consideradas como vinculadas al problema de investigación son las siguientes:

- Edad del usuario o radioescucha.
- Género del radioescucha
- Nivel o grado escolar del radioescucha.
- Condiciones y características de traslado y estancia del estudiante.
- Hábitos tecnológicos y recepción de programación Radio UNI.
- Condiciones y características de traslado y estancia del docente/administrador/trabajador.
- Hábitos tecnológicos y espacios en donde el docente o administrador radioescucha recibe la programación de Radio UNI.
- Preferencia por un tipo de programas (programación) ofrecidos por Radio UNI.
- Oferta de programas de Radio Uni y su vinculación con actividades académicas y extra-académicas de la Facultad a la cual pertenece el estudiante.

La objetividad es un aspecto fundamental de esta metodología; los investigadores deben poner énfasis en la eliminación de sesgos de todo tipo en los instrumentos y también durante la aplicación de estos, en el análisis de los datos, y en

las conclusiones y conocimientos que se generan a partir de la investigación (Phillips y Burbules, 2000).

Criterio de inclusión

El criterio principal para participar en esta investigación fue ser miembro de la comunidad de la Universidad Autónoma de Nuevo León, dentro del Campus Mederos, en cualquiera de los roles siguientes: como estudiante, docente, administrador o trabajador de la universidad. Para la integración de la muestra, además de universo total o población, -considerando la población total de la Unidad Mederos como un Campus Universitario-, se consideró la edad, sexo, ocupación laboral, grado máximo escolar y las condiciones o características inherentes al traslado de su zona de residencia hacia el Campus Unidad Mederos.

Las características de Radio UNI, en términos de cobertura y alcance son limitadas con relación a otras emisoras de Radio Universitarias. La potencia de la estación Radio UNI es de 3,000 watts radiados y tienen una cobertura de 40 kilómetros a la redonda en la Zona Metropolitana de Monterrey.

Este tipo de cobertura asegura que la señal llegue a varios municipios cercanos al municipio de Monterrey, aunque no logra cubrir la totalidad de los municipios del estado de Nuevo León. Los municipios a los que sí llega su señal son los siguientes: San Pedro Garza García, Santa Catarina, Santiago, Allende, General Terán, Montemorelos, Linares, San Nicolás de los Garza, Guadalupe, Benito Juárez, Cadereyta y Apodaca.

La Universidad Autónoma de Nuevo León cuenta con seis campus, distribuidos en el área metropolitana de Monterrey y en cinco municipios –de los 52- del estado de Nuevo León, en los cuales está ubicada la mayoría de las dependencias académicas y administrativas de la Institución. Los seis campus son: Campus Ciudad Universitaria, Campus Ciencias Agropecuarias, Campus Ciencias de la Salud, Campus Linares, Campus Sabinas Hidalgo y Campus Mederos.

El Campus Mederos se encuentra ubicado al sur de la ciudad de Monterrey, tiene una extensión de 2,010,051.27 m² en una zona montañosa rodeada de áreas verdes. Cuenta en su sede con seis facultades: Ciencias de la Comunicación, Música, Artes Escénicas, Artes Visuales, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales y Economía. En este Campus se encuentran, además, las instalaciones del Centro de Investigación y Desarrollo en Educación Bilingüe (CIDEB), el Instituto de Investigaciones Sociales, el Centro de Certificación de Lenguas Extranjeras, el World Trade Center UANL, el Centro de Acondicionamiento Físico Magisterial, la Dirección de Planeación y Proyectos Estratégicos, la Fundación UANL, el Teatro Universitario y el Centro de Investigación, Innovación y Desarrollo de las Artes.

A ello se debe que se haya decidido considerar el área geográfica de la Unidad de Mederos, -en donde se encuentra ubicada Radio UNI-, como la zona de mayor posibilidad de influencia o cobertura y de interés institucional, para la Universidad y para las diversas Facultades de estudios profesionales y de posgrado, allí integradas.

Los aspectos teóricos de la investigación, expuestos en la sección de antecedentes de la investigación, convergen con la elección de las estrategias metodológicas en el momento en el que se diseñaron los instrumentos de investigación. En este caso, el cuestionario funcionó como la principal estrategia de recolección de información y su propósito principal fue obtener un registro confiable de las características que conformaron el perfil del público y las motivaciones de la comunidad universitaria para escuchar los contenidos de Radio UNI 89.7.

Encuesta como proceso de recolección de datos

En la metodología cuantitativa, la utilidad de la encuesta radica en que, al ser aplicada correctamente, puede proveer una descripción cuantitativa de las tendencias, actitudes u opiniones de la población que se pretende estudiar al analizar una muestra representativa de cada uno de los sectores de una población en particular que interactúa

con el fenómeno de estudio (Fowler, 2009), que es en este caso, la comunidad de la Universidad Autónoma de Nuevo León, con la finalidad de obtener una respuesta clara y generalizable acerca de sus motivaciones para escuchar Radio UNI 89.7.

Instrumento de recolección de datos

Se seleccionó el cuestionario como el instrumento para llevar a cabo la recabación de datos y su propósito principal fue obtener un registro confiable de las características que conforman el perfil del público y las motivaciones de la comunidad universitaria para escuchar los contenidos de Radio UNI 89.7.

Considerando la carencia de instrumentos previos para medir las motivaciones de los miembros de la comunidad universitaria para escuchar Radio UNI 89.7, fue necesario diseñar un cuestionario que se aplicó con un instructor en cada caso. Se diseñó un solo instrumento para la recogida de información con estudiantes y para los profesores de Campus Mederos (Ver anexo 2).

Cuestionario para estudiantes y profesores

El cuestionario para alumnos está compuesto por 22 preguntas o reactivos, los ítems fueron diseñados a priori, utilizando los constructos planteados en las teorías acerca de las preferencias y hábitos de consumo, así como la relación que mantienen con la programación radiofónica de Radio UNI.

Se establece en la primera parte, un breve párrafo introductorio que comunica el objetivo general de la investigación señala a su vez, que el tratamiento de los datos será de tipo confidencial y utilizado solo con fines académicos; se agradece también su colaboración al proporcionar las respuestas para cada uno de los reactivos.

De los 22 reactivos, 17 de ellos son de opción múltiple y cinco son de tipo abierto. De los 22 reactivos, seis de ellos se consideran datos de identificación, como son: edad, sexo, carrera profesional que actualmente estudia, último grado escolar (educación primaria, secundaria, media superior, superior), su rol dentro de la

universidad, (estudiante, docente, empleado administrativo, trabajador/vigilancia/limpieza).

Los 16 reactivos que siguen a los anteriormente mencionados se orientan a la indagación de las preferencias del estudiante con relación a la radio, el tiempo y lugar en donde la escucha frecuentemente, la preferencia por un tipo de programación de radio en general y su preferencia sobre la programación ofrecida por Radio Uni en específico, se integran varios reactivos para indagar la opinión del estudiante sobre la programación ofrecida en Radio UNI.

Se desarrolló un reactivo específico para indagar si existe algún tipo de vinculación entre los programas ofrecidos por Radio UNI con las actividades académicas y extra-académicas de la Facultad a la cual pertenece el estudiante o docente, y se cuestiona sobre si se conocía la existencia de Radio Uni antes de la experiencia de haber contestado el cuestionario.

En el caso del cuestionario para profesores se incluyeron tres reactivos relacionados con sugerencias concretas sobre contenidos o temas que podrían ser incluidos. Además de lo anterior se cuestiona si algunos de los temas dentro de la programación han contribuido para diseñar o preparar alguna de las asignaturas que imparte y por último se cuestiona al profesor sobre si estaría interesado en participar en la generación de contenidos de Radio UNI.

Se codificaron los datos, es decir se asignó un valor numérico que los representa. Es decir, a las categorías (opciones de respuesta o valores) de cada ítem y variable se les asignan valores numéricos o signos que tienen un significado. En todos los casos, la codificación es necesaria para analizar cuantitativamente los datos, es decir, aplicar análisis estadístico. Los valores utilizados para procesar estadísticamente los datos fueron nominales, ordinales y de tipo escala.

Procesamiento estadístico

Considerando la naturaleza descriptiva del diseño de investigación, para efectos de esta investigación se construyó una base de datos con los resultados derivados de la aplicación del instrumento y se utilizaron herramientas de estadística descriptiva para caracterizar el perfil de los consumidores de radio y conocer sus preferencias y motivaciones para escuchar la radio. El software utilizado para diseñar la base de datos y realizar el análisis estadístico de los datos, fue el programa estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Este es uno de los programas de mayor uso en los Estados Unidos de Norteamérica y en América Latina. El procesamiento estadístico se realizó con la versión 14.0. Este programa permite manejar bancos de datos de gran magnitud y también efectuar análisis estadísticos complejos.

Para llevar a cabo el análisis estadístico se utilizó el procedimiento de frecuencias, debido a que las variables utilizadas en su mayoría fueron de tipo categóricas o nominales.

Se utilizaron además “tablas de contingencia” (*crosstabs*) ya que se crearon diversas tablas de clasificación con dos variables categóricas, tales como edad y preferencia de programación, género y preferencia de programación, edad y número de horas que escucha radio, género y lugar en donde escucha con mayor frecuencia la radio.

Validez y confiabilidad

Con la finalidad de establecer la validez de contenido del instrumento utilizado en esta investigación, se realizó un proceso de validación a través de la modalidad de consulta a expertos en el problema de investigación, para llevar a cabo la revisión de cada uno de los ítems que conforman la encuesta por un grupo de personas con conocimientos en el proceso pregunta y respuesta, las variables objeto de estudio y las características de la población (Padilla y Saida, 2007).

El juicio de expertos es una estrategia que representa amplias ventajas, de acuerdo con

Cabero y Llorente (2013, p 14) “la teórica calidad de la respuesta que obtenemos de la persona, el nivel de profundización de la valoración que se nos ofrece, su facilidad de puesta en acción, la no exigencia de muchos requisitos técnicos y humanos para su ejecución, el poder utilizar en ella diferentes estrategias para recoger la información es de gran utilidad para determinar el conocimiento sobre contenidos y temáticas difíciles, complejas y novedosas o poco estudiadas, y la posibilidad de obtener información pormenorizada sobre el tema sometido a estudio”.

El análisis de los reactivos del cuestionario como el instrumento de recabación de datos, depende de los objetivos que se pretende cubrir con el estudio. De esta manera el apoyo solicitado a los expertos como jueces, debe tomar en cuenta la posibilidad de que las recomendaciones establecidas por ellos impliquen la modificación de la redacción o el contenido de cada uno de los reactivos para mejorar la redacción y así lograr una mayor claridad en cada una de las preguntas establecidas, lo que redundará en una mejor definición de cada aspecto por medir. En este caso la elección de los jueces resultó trascendente, ya que se trata de personas conocedoras de la temática por su formación académica y por su experiencia laboral

En este orden de evaluación, los expertos analizan la coherencia de los reactivos, valorando a la correspondencia -o su carencia- con la categoría a la que pertenecen; es decir, si la pregunta propuesta está altamente relacionada con el aspecto o factor que se pretende evaluar en la encuesta. Se evalúa si la formulación tiene conexión lógica con los objetivos de la investigación y, por último, la sintaxis semántica, relacionada con el orden de las palabras y la relación mutua entre las mismas en la construcción de las oraciones, a fin de determinar si es adecuada al propósito de la investigación; dicho de otra manera, si las palabras empleadas son adecuadas en cuanto al significado de cada frase del instrumento.

El cuestionario se validó con un equipo de evaluadores externos al desarrollo de

la investigación, se solicitó el apoyo de tres expertos en el área de comunicación para el proceso de validación del instrumento, de tipo cuestionario, que se utilizaría en la fase de recopilación de datos o trabajo de campo. Los tres expertos todos son docentes de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El equipo de evaluadores expertos estuvo integrado de la manera siguiente: a) por la doctora Citlalli Sánchez Hernández, b) la doctora Janet García González y c) el doctor Carlos Villanueva Valadez.

- a) Citlalli Sánchez Hernández es Doctora en Estudios Humanísticos con especialidad en Comunicación y Estudios Culturales por el Tecnológico de Monterrey. Es maestra en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Comunicación Internacional por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Es licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- b) Janet García González es Doctora en Comunicación por la Universidad Veracruzana. Es maestra en Comunicación, por la Universidad Veracruzana. Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, por la Universidad Veracruzana. (1990-1994). Especialista en Salud Pública, por el Instituto de Salud Pública de la Universidad Veracruzana. Es Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, por la Universidad Veracruzana. Es Licenciada en Educación, Especialización en Ciencias Naturales por la Escuela Normal Superior de Ciudad Madero Tamaulipas A.C.
- a) Carlos Villanueva Valadez es Doctor en Comunicación por la Universidad de Madrid. Es MBA por la Universidad Carlos III de Madrid. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UANL. Actualmente se desempeña como coordinador de proyectos en la

Dirección de Comunicación Institucional de la UANL. Es catedrático en la UANL y en la Universidad del Valle de México. En el 2014 y 2016 participó comoutor en la Conferencia de Directores de Tecnologías en la Comunicación en América Latina.

Tabla 2. Equipo de expertos evaluadores

<p>Itlalli Sánchez Hernández</p>	<p>Maestría y Doctorado en Comunicación por el Tecnológico de Monterrey. Facilitadora de Cultura de la Legalidad.</p>	<p>Coordinadora de Capacitación en “Hagámoslo Bien, A. C.” Investigación sobre Alfabetización Mediática y Digital con enfoque en padres de familia y maestros, y divulgación de los derechos y defensoría de las audiencias.</p> <p><i>A Favor de lo Mejor, Nuevo León, ABP Coordinadora General. De febrero de 2015 a junio de 2018</i></p> <p>Diseño e implementación del programa educativo: Brigadas de Educación para los medios.</p> <p>Diseño e implementación de instrumentos para monitoreo de medios de comunicación.</p> <p>Investigación: Cultura de Audiencias Regiomontanas. Universidad de Monterrey.</p> <p>Cultura de Audiencias</p>	<p>Pidió que se incluyeran preguntas de verificación que permitieran corroborar lo preguntado anteriormente, por ejemplo, que especificaran el nombre de conductores o de programas.</p>
---	---	---	--

		Digitales Universidad de Monterrey.	
Janet García González	Doctora en Ciencias de la Comunicación (Universidad Veracruzana). Profesora-investigadora. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1, CONACYT	<p>Miembro del equipo de investigación: Redes Sociales y los Jóvenes Universitarios con el cuerpo académico Investigación en la adopción de las TIC's y la competitividad en las MIPYMES de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) clave:103/1569 (2016-2017)</p> <p>Coordinadora de Investigación: Comunidades digitales para el aprendizaje en la educación superior (CODAES) diagnóstico del acceso a contenidos que realizan los usuarios de la página web de la UANL.</p> <p>Diagnóstico del uso de las nuevas tecnologías en estudiantes y docentes de la UANL y el ministerio de Francia; financiado por la Secretaría de Educación Pública. (2015-2017)</p> <p>Coordinadora de Investigación: Análisis del segmento de la audiencia de la página web de la UANL medios de comunicación para la educación, realizado con la Dirección de Comunicación Social de la UANL (2018).</p> <p>Coordinadora de la investigación: Diagnóstico</p>	Sugirió la incorporación de una pregunta que se relacionara con el lugar en donde se escucha la radio los estudiantes.

		<p>del uso de las nuevas tecnologías en estudiantes y docentes de la UANL, en la Secretaría de asuntos universitarios / Dirección Portal Web de la UANL (2015 – 2016).</p> <p>Coordinadora de la Mesa Comunicación y Salud en la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).</p>	
<p>Carlos Villanueva Valdez</p>	<p>Doctor en Cambio Social y Desarrollo (Universidad Complutense de Madrid). Analista de información en la Dirección de comunicación social de la UANL.</p>	<p>Profesor-investigador en el área de Mercadotecnia en la carrera de Licenciado en Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UANL).</p> <p>Autor en la Conferencia de Directores de Información y Comunicación de América Latina (TICAL).</p> <p>Reconocimiento como autor en el eje temático de soluciones TIC para la Investigación SEP. 2016. Buenos Aires. Argentina.</p> <p>Reconocimiento como autor en el eje temático de soluciones TIC para la Investigación SEP. 2014. Buenos Cancún, México.</p>	<p>Indicó que se incorporara dos preguntas al Instrumento de profesores, relacionadas con los aspectos que Radio Uni debe mejorar y si se tendría interés para participar en la generación de contenidos (pregunta 15 y 17).</p>

Universo de la investigación

El universo poblacional considerado para realizar este estudio cuantitativo se calculó, con base en la matrícula estudiantil de seis facultades que se ubican en el Campus Mederos: Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, Facultad de Economía, Facultad de Comunicación, Facultad de Artes Visuales, Facultad de Artes Escénicas, y la Facultad de Música, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, integrada 14,000 estudiantes del nivel de licenciatura y la población docente de las mismas facultadas, estimada en 700 profesores aproximadamente.

Muestra

Estudiantes

La muestra poblacional estuvo conformada por 638 estudiantes. Al calcular la muestra posible sobre una población estudiantil de 14,000 alumnos se obtuvo una cifra de 638, con un nivel de confianza de 99% y un margen de error de 5%.

Respecto de las características de la muestra con relación a sexo o género, de los 638 participantes 279 de ellos son varones (43.7%) mientras que 359 son mujeres (56.3%)

Tabla 3. Distribución de los 368 participantes por sexo o género.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	279	43.7
Mujer	359	56.3
Total	638	100

Respecto de la distribución por edades de los 638 participantes, 190 cuentan con 18 años de edad (29.7%), 64 participantes tienen 19 años (10%), 64 participantes más, cuentan con 22 años de edad (10%), mientras que 128 participantes cuentan con 23 años de edad (20%), 128 participantes cuentan con 24 años (20%) y 64 participantes más, cuentan con

27 años de edad (10%).

Tabla 4. Distribución de los 638 participantes por edades.

	Frecuencia	Porcentaje
18	190	30
19	64	10
22	64	10
23	128	20
24	128	20
27	64	10
Total	638	100

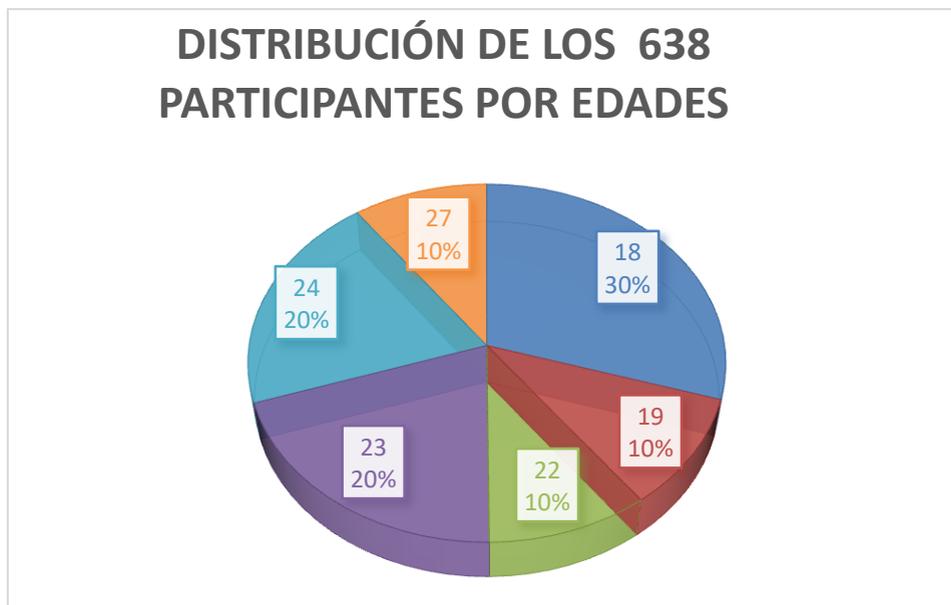


Gráfico No. 1 *Distribución de los 638 participantes por edades*

Respecto de la distribución de los 638 participantes que integran la muestra poblacional, por facultad a la que pertenecen, 206 estudiantes (32.3%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, 64 (10%) participantes pertenecen a la Facultad de Economía, 178 participantes pertenecen a la Facultad de Comunicación (27.9%), 63 participantes (9.9%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 64 participantes más (10%) son estudiantes de la Facultad de Artes Escénicas y 63 participantes (9.9%) son estudiantes de la Facultad de Música.

Tabla 5. Distribución de 638 estudiantes participantes por Facultad.

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública	206	32.3
Facultad de Economía	64	10
Facultad de Comunicación	178	27.9
Facultad de Artes Visuales	63	9.9
Facultad de Artes Escénicas	64	10
Facultad de Música	63	9.9
Total	638	100

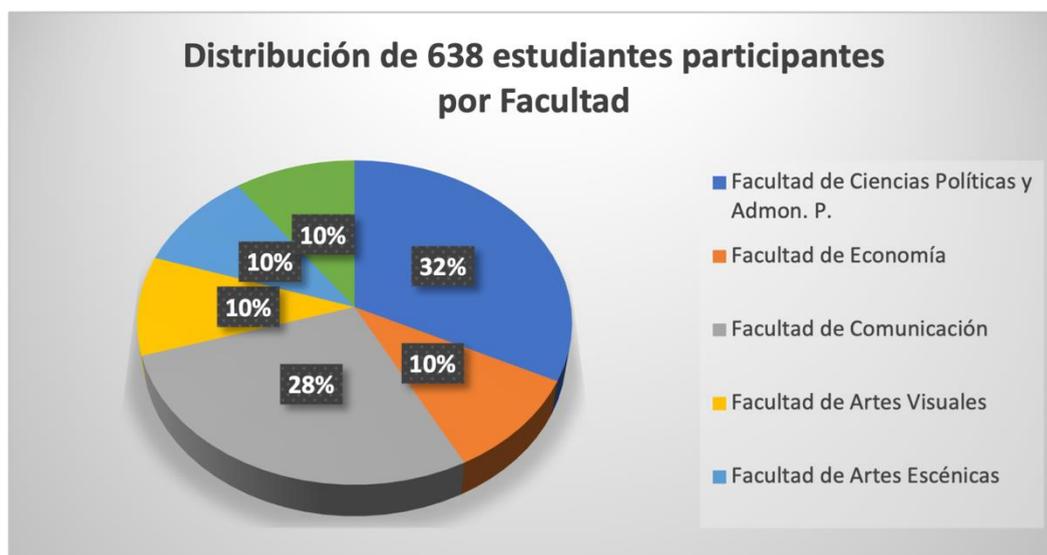


Gráfico No. 2 *Distribución de los 638 alumno participantes por Facultad*

Docentes

La muestra poblacional de maestros es de 260, al calcular la muestra posible sobre una población docente de 700 profesores se obtuvo una cifra de 260, con un nivel de confianza de 99% y un margen de error de 5%. Respecto de las características de la muestra con relación a sexo o género, de los 260 profesores 145 de ellos son varones (56%) mientras que 115 son mujeres (44%).

Tabla 6. Distribución de 260 docentes participantes por sexo.

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	145	56
Mujer	115	44
Total	260	100

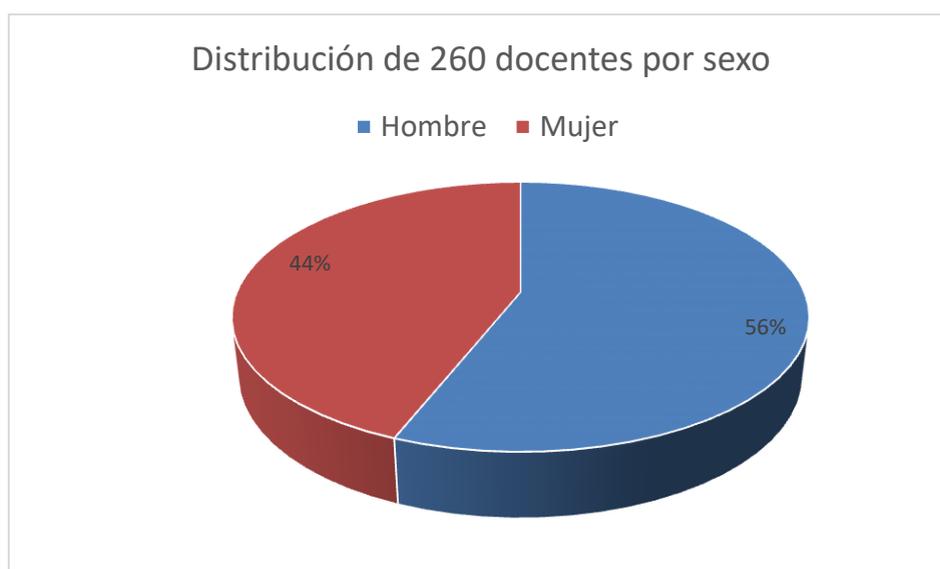


Gráfico No. 3 *Distribución de los 260 profesores participantes por sexo*

Respecto de la distribución por edades, de los 260 profesores participantes, 63 cuentan con una edad de entre 25 a 30 años de edad (24.2%), 60 profesores participantes tienen una edad de entre 31 a 35 años (23.1%), 44 profesores participantes más, cuentan con una edad de entre 34 a 40 años (16.9%), mientras que 29 profesores participantes cuentan con una edad de entre 41 a 45 años (11.2%), 27 profesores participantes cuentan con una edad de entre 46 a 50 años (10.4%) y 12 profesores participantes más, cuentan con una edad de entre 51 a 55 años de edad (4.6%), 19 profesores participantes cuentan con una edad de entre 56 a 60 años (7.3%), 5 profesores participantes cuentan con una

edad de entre 61 a 65 años (1.9%), y por último, solo un profesor cuenta con una edad de entre 66 a 70 años (0.4%).

Tabla 7. Distribución de los 260 profesores participantes por edades.

	Frecuencia	Porcentaje
25-30	63	24.2
31-35	60	23.1
36-40	44	16.9
41-45	29	11.2
46-50	27	10.4
51-55	12	4.6
56-60	19	7.3
61-65	5	1.9
66-70	1	0.4
Total	260	100,0

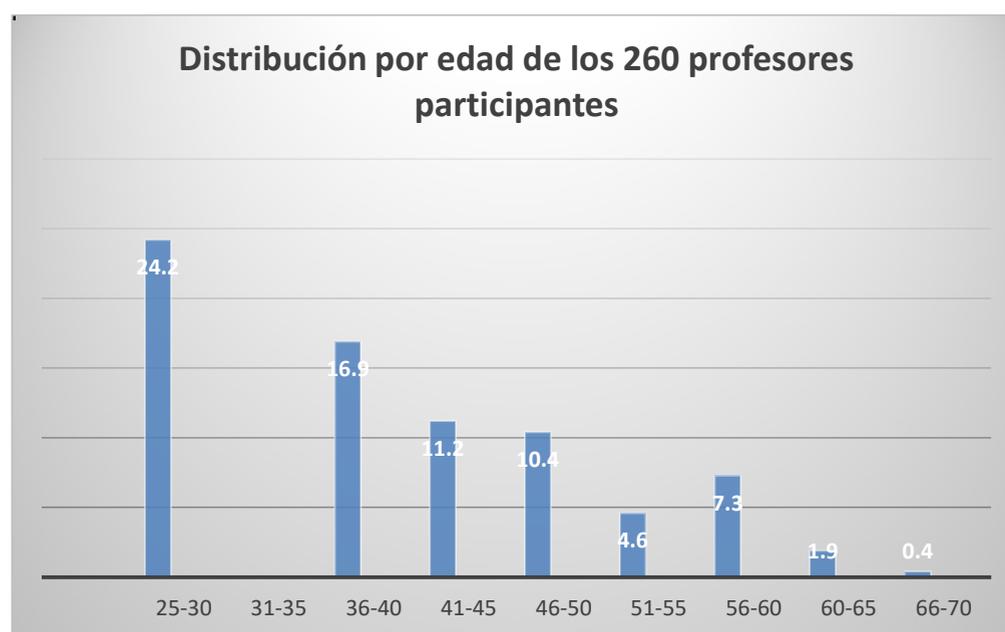


Gráfico No. 4 Distribución de edad de 260 profesores participantes

Respecto de la distribución por nivel académico, de los 260 profesores participantes, 52 de ellos (20%) cuentan con el grado de licenciatura, 182 profesores participantes (70%) cuentan con el grado académico de maestría, mientras que 26

profesores participantes (10%) cuentan con el grado de doctor.

Tabla 8. Distribución de los 260 profesores participantes por nivel académico

Nivel Académico	Frecuencia	Porcentaje
Licenciatura	52	20
Maestría	182	70
Doctorado	26	10
Total	260	100

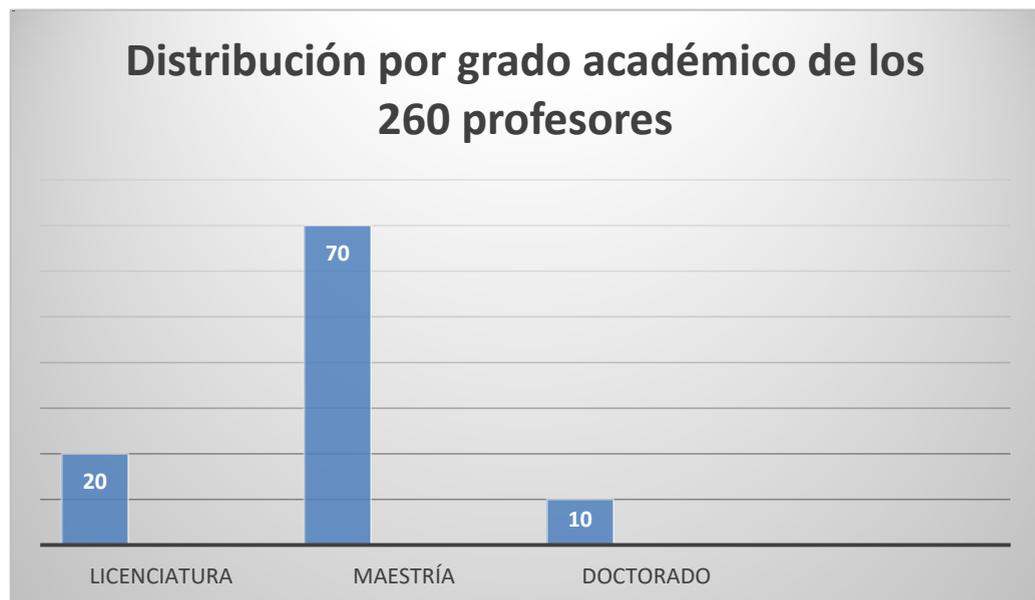


Gráfico No. 5 Distribución por grado académico de los 260 profesores participantes

Respecto de la distribución de los 260 profesores participantes que integran la muestra poblacional por facultad a la que pertenecen, 82 profesores (31.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 18 profesores (6.9%) pertenecen a la Facultad de Economía, 62 profesores (23.8%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 18 profesores (6.9%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 62 profesores (23.8%)

pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, y 18 profesores (6.9%) pertenecen a la Facultad de Música.

Tabla 9. Distribución de los 260 profesores participantes por Facultad.

	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación	82	31.5
Economía	18	6.9
Artes Visuales	62	23.8
Artes Escénicas	18	6.9
Ciencias Políticas	62	23.8
Música	18	6.9
Total	260	100

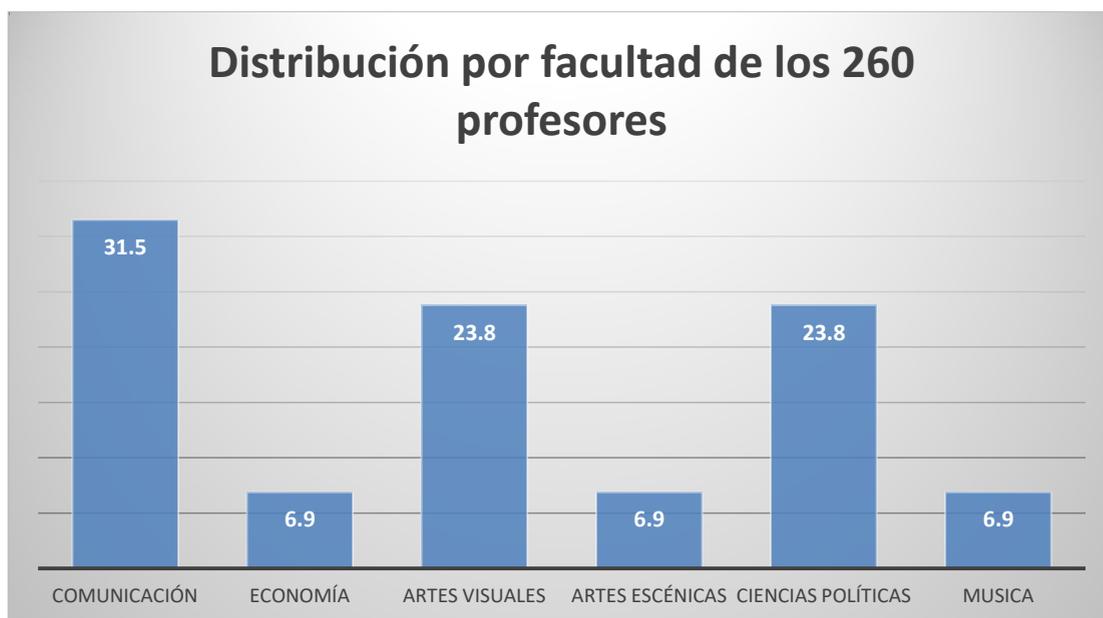


Gráfico No. 6 *Distribución por facultad de 260 profesores participantes*

Capítulo 3. Caso de Estudio

La radio universitaria es el espacio ideal para la democratización del conocimiento, el desarrollo de la educación informal, la socialización de actividades del quehacer universitario y el fomento de la praxis en la comunicación. En este apartado se reconstruye Radio UNI, como el caso que se estudia, contextualizándolo con las radiodifusoras que transmiten desde otras universidades de la Zona Metropolitana de Monterrey: Radio UDEM (de la Universidad de Monterrey) y Frecuencia TEC (del Tecnológico de Monterrey), a fin de establecer la oferta programática y sus características, a partir de la cual, se busca contribuir a la audiencia y su fidelidad.

La finalidad del estudio es determinar y analizar las preferencias de la audiencia a las estaciones radiofónicas universitarias. En este caso, una radiodifusora universitaria mexicana, de una de las universidades más importantes del país, para lo cual se requiere de manera indispensable determinar del perfil de los oyentes, así como la opinión que se tiene por parte de la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) hacia la estación Radio UNI 89.7 UANL como estación universitaria. Se realizan además entrevistas a directivos de las emisoras para conocer la función que cumple la radio universitaria.

La radio universitaria forma parte de un conjunto de medios de comunicación alternativos que son importantes, ya que cumplen con difundir temáticas que difícilmente abordarían los emporios comerciales como son los siguientes: difusión comunitaria y local sobre temas de apoyo social, formación, educación y aplicación de cultura a la población en general. Para ello se requiere determinar las motivaciones de consumo de la audiencia, lo que permitirá además, la definición del perfil de los radioyentes, conocer el alcance de la estación dentro de la comunidad universitaria, además de las propuestas por parte de alumnos y profesores sobre temas que deberían

conformar la programación.

Radio UNI en el contexto de las radiodifusoras universitarias en Monterrey

La radio universitaria brinda el espacio de difusión en el que, por medio de la cultura, la educación y la investigación, las Universidades se apropian del lenguaje y de la narrativa radial para difundir y propagar una visión del mundo y del entorno social (Barrios, 2014, p. 69). Dentro del presente apartado se describe la oferta radiofónica en el ámbito de las radios universitarias de la zona metropolitana de Monterrey, a fin de identificar las características de cada una.

En la Zona Metropolitana de Monterrey se ubican tres de las principales estaciones de radio universitarias en el país, fuera de la Ciudad de México. Se presenta la caracterización de la oferta radiofónica de Radio UNI, para ello se describen los espacios radiofónicos de las tres emisoras radiofónicas universitarias de la región.

Frecuencia TEC y Radio UDEM, del Tecnológico de Monterrey y de la Universidad de Monterrey respectivamente, ambas universidades privadas, y de Radio UNI perteneciente a la cuarta universidad pública a nivel nacional, tras de la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad de Guadalajara y la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que ocupan los tres primeros lugares en población estudiantil en México.

La radio universitaria en la Zona Metropolitana de Monterrey

En la Zona Metropolitana de Monterrey, las tres universidades más importantes que se asientan en la región cuentan con su propia estación de radio: la Universidad Autónoma de Nuevo León (pública), el Tecnológico de Monterrey (privada) y la Universidad de Monterrey (privada). La radio de la Universidad Autónoma de Nuevo León, así como la emisora de la Universidad de Monterrey tienen su inicio como radiodifusoras experimentales pertenecientes a talleres de telecomunicaciones y laboratorios de medios

audiovisuales, en las que estudiantes presentaron proyectos, en el primer caso desde el área de ingeniería, y en el segundo, para la difusión de géneros musicales.

Las tres emisoras mantienen la figura de radios universitarias, es decir, generadas a partir de su comunidad, este tipo de emisoras son categorizadas como “*college radio*, que son realizadas por estudiantes operadas dentro del campus para emitir música alternativa” Araya (2009) Las estaciones por lo general son de baja potencia y están ubicadas dentro de algún departamento de la universidad como parte de los programas de estudio que pueden ser: radio, TV, cine, periodismo, medios masivos, comunicación masiva, comunicación oral. Para Magaña, (2003) estas estaciones de radio operan bajo la dirección de alguna entidad académica y por lo tanto la supervisión de las estaciones corre principalmente por parte de maestros y personal de *staff*, aunque hay alumnos que trabajan en la estación como *managers* para cubrir créditos requeridos para graduarse”. Como podrá verse en el apartado correspondiente, Frecuencia TEC se separa de ese modelo a partir de 2020.

A continuación, se presenta una descripción de cada una de las tres estaciones universitarias en la ciudad de Monterrey, Nuevo León.

Frecuencia TEC 94.9

Frecuencia TEC es el nombre que recibe XHTEC-FM, una emisora universitaria de programación generalista cuyo permisionario y operador es el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), una institución que a partir de 2015 ha manejado su denominación como Tec de Monterrey, de donde la estación toma el nombre. Transmite desde Monterrey, Nuevo León, México, en la frecuencia de 94.9 MHz de la banda de frecuencia modulada con 10 kW de potencia (La Enciclopedia de la

Radio, 2015). Con más de 21 años de transmisiones ininterrumpidas, Frecuencia TEC surgió como una estrategia de sus programas de desarrollo social, ambiental y económico. Desde 2021 modificó su nombre a Tec Sounds Radio. En su portal <https://tecsoundsradio.tec.mx/es/en-vivo> es posible escuchar cómo los conductores y en sus propios promocionales, sigue manejando el nombre con el que ha sido conocida desde su creación. Oferta más de 100 horas de programas en vivo (ver anexo 4) semanalmente, con la participación de 130 personas, de los cuales 22 son locutores, principalmente alumnos, maestros y personal administrativo (ver anexo 3); renueva su programación cada semestre, (Briones, 2015) aunque hay programas con una antigüedad superior a diez años, como “Voces Brillantes” y “2501 Sur”, dedicados a entrevistas a científicos de diversas áreas y a temas de la vida cotidiana, respectivamente y que son conducidos por profesores del Campus Monterrey (ver anexo 4).

Su alcance es casi de la totalidad del Zona metropolitana de Monterrey, y a través de su sitio web (<https://tecsoundsradio.tec.mx/es>), su alcance es ilimitado, además de su oferta de podcasts en las plataformas Spotify y SoundCloud, y por su *fanpage* de Facebook, Instagram y Twitter.

También se transmite mediante stream por TuneIn, Streema, Live on line radio, IBM y Cloud Video la estación cuenta con dos cabinas, una para grabaciones y otra para transmisión de los programas al aire desde el edificio del Centro Internacional para el Aprendizaje (CIAP), y una unidad móvil para realizar transmisiones fuera del Campus (Briones, 2015).

A consecuencia de la pandemia redujo su programación de 42 a 27, e incluyó dos específicamente dedicados a abordar contenidos relacionados con el tema: “Conectando2 y “Esta mañana”, que abordan temáticas relacionadas con la salud mental, actividades para familias en confinamiento, consejos médicos de parte de los especialistas de su área médica y psicológica.

En 2020 Frecuencia TEC realizó una reestructura que incluye un cambio de adscripción, ya que pasó de la Escuela de Humanidades y Educación a la Vicerrectoría de Mercadotecnia y Comunicación, con lo que dejará de operar con base en alumnos y profesores colaboradores, y pasará a incluir una plantilla laboral que cumplirá las funciones de producción, administración, continuidad, diseño de cortinillas y promocionales.

Radio UDEM 90.5

La Universidad de Monterrey (UDEM) es una universidad privada de la Zona Metropolitana de Monterrey, ubicada en el municipio de San Pedro, Garza García, el segundo con el mayor índice de ingresos a nivel nacional (PNUD, 2014) y el primero como la ciudad más habitable del país (Forbes, 2019). Esta universidad es permisionaria de Radio UDEM, la primera emisora en México que obtuvo el permiso de radio-escuela a iniciativa del catedrático de la carrera de Ciencias de la Información y la Comunicación Gerardo Cotera (Vázquez Guerrero, 2012).

Radio UDEM tiene más 24 años de transmisiones ininterrumpidas; realizó su primera transmisión el 8 de septiembre de 1994, con 1000 watts de potencia; y a los once años aumentó a 3,000 watts. Se caracteriza por la participación de estudiantes de otras carreras - además de la de Ciencias de la Información y la Comunicación-, así como de algunas instituciones externas a la Universidad. La programación de radio UDEM (Anexo 5) es prioritariamente de contenidos musicales y de temas de interés juvenil, ya que son los propios estudiantes quienes, en sus materias relacionadas con radio y medios audiovisuales, se dedican a producirlos y a conducirlos.

Los programas que abordan temas relacionados con temas de ciencias, tecnología y de política son producidos y dirigidos por conductores invitados. Durante

los meses de pandemia y de suspensión de labores, radio UDEM continuó con sus transmisiones a través de la Frecuencia Modulada y de su página de internet, a través de contenido grabado. En contraste con las estaciones de radio de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del Tecnológico de Monterrey, que son emisoras que funcionan adscritas directamente a la universidad, es decir, que su dirección es independiente de las dependencias académicas.

Radio UDEM, depende directamente del Departamento de Educación y Humanidades a través de la carrera de Ciencias de la Información y la Comunicación. Transmite de lunes a viernes de 5:30 de la mañana a la media noche.

Cuenta con Podcast y Streaming de acceso en línea por SoundCloud, y por Internet en tiempo real. Es la única estación, de las tres mencionadas en este apartado que se puede escuchar en línea sin necesidad de ninguna aplicación especial, ya que solo basta ingresar a <http://c3.radioboss.fm:8161/stream> para escuchar la programación en tiempo real.

Transmite todos los días a las 7 de la mañana, y destacan los programas de divulgación cultural y educativa, y la oferta musical conformada mayoritariamente por jazz y música del mundo, así como la barra de música clásica los domingos (Comunicación personal con Antonio Calderón, Coordinador de Radio UDEM, sostenida el 3 de julio de 2020). A lo largo de la semana se incluyen cortes informativos, cápsulas y programas musicales de distintos géneros (op. cit).

Debido a que es una radio-escuela en la cual alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Información y la Comunicación participan de manera activa y la producción y programación la programación cambia 4 veces al año, de acuerdo con el calendario académico y el número de programas varía también de acuerdo con la cantidad de alumnos inscritos en las materias Instrucción técnica y conducción de radio,

Géneros radiofónicos y Producción Radiofónica.

“Para el semestre otoño 2020, proyectamos 74 programas totales, de los cuáles 14 son retransmisiones por convenio con otras emisoras y organismos y 60 son producción propia” (Comunicación personal con Antonio Calderón, Coordinador de Radio UDEM, sostenida el 3 de julio de 2020).

Radio Universidad UANL

Radio UANL es la de mayor antigüedad de las tres radiodifusoras universitarias. Se fundó en junio de 1990 como una radiodifusora experimental para la práctica profesional de sus alumnos del área de ingeniería de tal manera que su primera sede fue la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la Universidad.

Declara contar con una potencia de 5000 Watts de frecuencia modulada, aunque resulta prácticamente imposible sintonizarla fuera del Campus Mederos, donde actualmente se ubica, en la zona sur del municipio de Monterrey. En su portal de Internet (<http://radioytv.uanl.mx/>) la liga para escuchar “en línea” está deshabilitada, y tampoco permite conexión desde su *fan page* de Facebook.

Es posible que las fallas técnicas sean producto de la suspensión de actividades en la Universidad a partir de la pandemia de Covid-19, aunque la prueba se realizó en diversas ocasiones, siempre con el mismo resultado. Radio UANL está afiliada a La Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Universitarias de México, y al Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de Instituciones de educación Superior (SINPRIES).

Cuenta con una oferta de 67 programas -la mayoría de producción propia-, con la conducción de profesores, alumnos y funcionarios de diversas dependencias de la Universidad Autónoma de Nuevo León, así como de conductores externos. Transmite todos los días de la semana, de seis de la mañana a las doce de la noche, y por lo menos

la cuarta parte de la programación está constituida por retransmisiones de programas grabados, que han sido emitidos en otro momento de la semana.

Los programas que se transmiten diariamente son los que conforman la barra infantil, que cubren de 7 a 9 de la mañana, con programas como “Caminito de la Escuela”, de lunes a viernes y “La maquinita de Isabel” los sábados y domingos.

El primero es conducido por dos payasos, “Colocho” y “Tolocho”, quienes cuentan chistes con tramas poco apropiadas para niños (suegras, borrachos, y doble sentido), y establecen una interacción con la audiencia a través de diversos canales como teléfono, whatsapp y Facebook. Cuando les responden o mencionan a las personas que les escriben, en diversas ocasiones se burlan de ellos o hacen escarnio y utilizan la ironía y el doble sentido, aunque está considerado como contenido infantil, y se transmite durante el horario de traslado a la escuela.

Dentro de la oferta propia con cuatro programas los que se relacionan con temas médicos. Uno es “Respirando vida y salud” en el que participan médicos/profesores de la Facultad de Medicina y del Hospital Universitario de la UANL; el segundo es “Vivo con ella” que se ha transmitido desde hace 16 años y aborda diversas problemáticas relacionadas con la diabetes, el tercero “Ivaginaria” que se dedica a tratar temas sobre salud sexual y reproductiva, y el cuarto “Vida natural”, enfocado en aspectos de nutrición.

Entre la oferta radiofónica se encuentra “Mundo Sustentable”, que se interesa en el uso de las nuevas tecnologías desde una perspectiva amigable con el medio ambiente, y es conducido por ingenieros expertos en tecnología, externos a la Universidad.

Destaca la ausencia de noticieros sobre la divulgación de la ciencia, o acerca de las noticias del contexto local o nacional. El único espacio informativo es un resumen semanal que solo aborda eventos internos de la Universidad, principalmente las actividades deportivas y culturales realizadas en los diversos Campus universitarios. Es

un programa realizado desde la estructura central de la Universidad y conducido por dos jóvenes egresados de la Universidad.

Se difunden cuatro programas relacionados con el área de educación: dos con enfoque de Desarrollo Humano (“Despierta tu vida” y “Buenas noticias”), un tercero desde la perspectiva de la Secretaría de Educación del estado de Nuevo León (“Educarse radio”) y el cuarto desde la perspectiva psicológica (“Oriéntate”).

La oferta de producción propia se complementa con programas musicales que incluyen la música popular como la salsa y la bachata, pero dedica un especial espacio cada jueves a la transmisión en vivo, de los conciertos de la Orquesta Sinfónica de la UANL, que posteriormente se retransmite grabado los domingos en la mañana.

En la cartelera programática se ofrecen intervenciones de la Comisión Estatal de Derechos Humanos, de la Comisión Federal de Electricidad y de Infotel (un sistema de información y localización del Gobierno del Estado).

En el ámbito deportivo, se ofrecen dos programas, uno dedicado exclusivamente al equipo de fútbol americano de la Universidad, “Auténticos Tigres”, con periodicidad semanal y una hora de duración, y “Fantasy 4 Football”, que analiza los partidos y jugadas de fútbol americano de la NFL, con periodicidad semanal y una hora de duración.

De acuerdo con Aguaded y Contreras (2011), el modelo ideal de radio universitaria es aquel en el que la radio sea generadora de conocimiento, ofrezca transferencia social y contenga publicidad social, desempeñe un rol humanístico y tenga fines solidarios y cooperativos con sentido de equipo. Una radio que pueda contribuir a la formación ciudadana, con valores democráticos, que haga visible a los colectivos excluidos y sobre todo, que logre una autonomía financiera que le dé independencia.

Visión y autocrítica de los directores de las radios universitarias

La visión y perspectiva de la función social y de la forma en que cada una de las radiodifusoras universitarias mantiene relación con su audiencia es diversa, ya que su pertenencia a una institución pública o privada, laica o religiosa, vinculada a departamentos académicos o a estructura organizacional, determina su posicionamiento. Se aplicó un cuestionario auto administrado a cada uno de los directores de Frecuencia Tec, Radio UdeM y Radio Uni, a fin de conocer su visión sobre la radio universitaria que dirigen. Esta parte de la indagación se planeó originalmente como una entrevista, y debido a la pandemia y a las restricciones sanitarias se aplicó el mismo instrumento, pero cada uno lo respondió de manera independiente (ver anexos 9, 10, 11 y 12).

Con base en la información obtenida a partir de ese instrumento destaca la valoración de la Directora de la estación de radio universitaria Frecuencia TEC es de crítica y auto-crítica con relación a la calidad de los contenidos dentro de la programación, y los cualifica no solo de mejorables sino deficientes.

En la indagación sobre el funcionamiento de las tres estaciones de radios universitarias, Frecuencia TEC, Radio UDEM y Radio UNI, a través de las entrevistas de sus respectivos directores, es posible identificar que no se menciona el establecimiento de mecanismos o estrategias para conocer, medir y evaluar la opinión de las audiencias, tal parece que se considera al emisor como el elemento más importante en el proceso de comunicación, sin poder describir y caracterizar a las audiencias reales o a las audiencias meta. Con relación a la autonomía de la estación de radio, no existen, de momento, condiciones para considerar una independencia económica por lo que la autonomía podría ser inviable. Esta misma condición se presenta como un obstáculo para transitar, experimentar y consolidar verdaderos procesos de transferencia y publicidad social, a menos de que en ambos casos, se mantengan afiliadas a los valores e

intereses institucionales de cada universidad. Una característica más que parece dibujar débilmente lo que se podría considerar como una especie de patrón, es la ausencia de interés por el trabajo asociativo y colaborativo entre las tres principales radios universitarias de la región.

Radio UDEM no depende de la Administración Central universitaria, sino de la Escuela de Educación y Humanidades. La diferencia de Radio UDEM con relación a las otras de la localidad y estaciones comerciales particularmente tiene que ver con el modelo escuela que se mantiene y la hace única entre las estaciones radiofónicas universitarias del país. Los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Información y Comunicación llevan tres cursos curriculares asociados a la labor que realizan en la estación. De igual manera, el perfil musical de jazz y *música dentro del mundo* es único en la ciudad de Monterrey.

Radio UDEM da mucha importancia a la red web, pese a ello, considera que los servicios y contenidos que se ofrecen en la red web aún pueden ser mejorables. Los tipos de servicios interactivos que Radio UDEM pone a disposición de su audiencia son los siguientes: redes sociales, comunicación vía telefónica, defensoría de audiencias y correo electrónico. La posibilidad de realizar trabajo en red y colaborativo en el marco de Red de Radios Universitarias, en términos de importancia es relativamente ni mucha ni poca. Es mucho muy importante fomentar la divulgación científica y ser radiodifusor de la localidad, así como mantener el alto impacto para el desarrollo de la Universidad de Monterrey.

Al igual que en el caso de Frecuencia TEC y Radio UDEM es posible considerar que Radio UNI se concibe como una herramienta formativa para los grupos de alumnos de las carreras de comunicación y periodismo, más que concebir a Radio UNI como un espacio formativo y de profesionalización para los grupos de estudiantes de pregrado y

de posgrado. A diferencia Radio UDEM en donde se describen diversas formas de interacción e interactividad para con usuarios y audiencia, Radio UNI aunque considera importante la opinión del radio escucha, no señala cómo, cuándo y dónde es que registra y considera la opinión de alumno como herramienta de retroalimentación, para validar la pertinencia y asertividad en los contenidos de la programación.

Considerar la proyección y transferencia social de las radios universitarias es necesario y conveniente, sobre todo en un contexto en el que predomina el consumo de medios comerciales y en el que los gubernamentales, tal y como señalan Daniel Martín-Pena y Mario Gorgi (2019) están perdiendo credibilidad. En el caso de todo lo sucedido en México con relación a la pandemia, el confinamiento solicitado por las autoridades y la secuencia obligada de los programas curriculares presenciales de todos los cursos y materias de profesional y posgrado de la Universidad Autónoma de Nuevo León, ahora a través del uso de internet y otros medios, no se mencionó por parte del director de Radio UNI, -tampoco por parte de la directora de Frecuencia Tec o el director de Radio UDEM-, cómo cuándo y de qué manera cada estación de radio universitaria intervino como apoyo a la labor universitaria y a la comunidad en cada caso. Es evidente que su intervención o no fue solicitada o no fue aceptada institucionalmente ya que las barras de programación no experimentaron variación alguna (ver anexos 4, 5, 7 y 8), durante los pasados 12 meses de confinamiento, confinamiento solicitado por las autoridades, no solo para los jóvenes universitarios, sino para toda la población en general. Esto evidencia que, de momento, las Radios Universitarias no parecen valorarse como una verdadera herramienta de apoyo y transferencia social

De acuerdo con Marta Lazo y Martín Pena (2014) “la conformación de redes por países y recientemente por regiones, ha permitido que la radio universitaria tenga una imagen de fortaleza y de trascendencia en su ámbito”.

“Juntas con las condiciones que de cada experiencia –SINPRIES en México; ARUNA en Argentina, REUCH en Chile, RRUC en Colombia; ARU en España y RRUE en Ecuador, han logrado importantes avances y beneficios que de manera aislada no hubieran sido posibles” Marta Lazo y Martín Pena (2014). Por ello, resulta un tanto desconcertante, identificar que, -a partir de la narrativa establecida en cada caso-, que el trabajo asociativo y colaborativo en redes de radios universitarias, no se percibe como necesario, deseable o vital. Esteparece ser el paradigma imperante, el cual dista mucho del concepto de Radio Universitaria en su concepción original.

Dos de los hallazgos que también coinciden con los datos obtenidos a través de las diversas entrevistas y con los datos obtenidos a través del cuestionario aplicado a docentes, administrativos y alumnos, tienen que ver con la oferta y preferencia de radioescuchas docentes y los radioescuchas estudiantes. En el caso de los docentes, aunque manifiestan que sí escuchan Radio UNI, principalmente durante los trayectos hacia el Campus, no pudieron determinar un programa en específico acerca del cual mantuvieron una preferencia. Debido a que la mayoría se traslada a bordo de automóvil privado, la escucha de radio se relaciona con el propio aparato receptor del vehículo, por más de una hora y media que es el promedio de trayecto.

Las demandas de programación por parte de los docentes se enfocan en necesidades que consideran que deben atenderse desde la radio universitaria como espacios dedicados a “Informativos” en los que se den a conocer “lo que sucede en la Universidad a nivel académico y cultural”. Otra ausencia que evidencian los comentarios de los docentes está relacionada con programas especializados por área de conocimiento y a problemáticas relacionadas con los alumnos. Esta caracterización de Radio UNI por parte de los docentes, permite establecer que los dos públicos que podrían conformar la audiencia consideran que existe un espacio que puede cubrirse con

programas que aborden la realidad universitaria, tanto a nivel de información y divulgación, como se análisis y asesoría en áreas de conocimiento. En el caso de los estudiantes se suma su gusto por programas musicales con variedad de moda.

En el caso de los docentes, aunque manifiestan que sí escuchan, es posible afirmar que mantienen preferencia hacia la radio como medio de comunicación, ya que de los 638 alumnos que conformaron la muestra, casi tres cuartas partes (72%) dijeron que sí la escuchan. Sin embargo, Radio UNI no se encuentra entre sus preferencias. Los jóvenes radioescuchas prefieren estaciones comerciales que transmiten programas musicales, de corte comercial. El consumo de radio está relacionado con los tiempos y las formas de traslado de los estudiantes al Campus Mederos, ubicado al sur de la ciudad, casi en el límite con el municipio de Santiago, y al cual solo se puede llegar en automóvil o a bordo de un circuito interno. Este transporte denominado “Tigre bus”, traslada a la comunidad universitaria desde la parada de transporte público más cercana, ubicada a 500 metros de la entrada al campus y a un kilómetro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la más alejada.

La mayoría de los estudiantes que dijeron escuchar radio, lo hacen a través del aparato receptor del auto; y de ese grupo, más de la mitad (53%) lo hace por una hora; el 31% por dos horas y el 7.2% por tres horas. En contraparte, quienes se trasladan a bordo del servicio público de transporte, son quienes menos escuchan este medio de comunicación (4.1%), pero lo hacen por largos periodos de tiempo, que van de una a tres horas. Durante las 8 a 12 horas que permanecen en el Campus, la radio no es parte de su consumo mediático, y solo vuelven a escucharlo durante el trayecto de regreso. Los tiempos mencionados son sumatoria de sus dos trayectos. Además del radio del automóvil, los teléfonos celulares son una opción de acceso, y la quinta parte de quienes sí escucha radio lo hacen a través de esos dispositivos móviles, en tiempos que van de

una hora (69.8%), dos horas (23.6%), y cuatro horas (6.4%). Es mínima la población estudiantil que utiliza la computadora para acceder a la radio (12 de 457 estudiantes).

La mayoría de los estudiantes no pudo identificar algún programa específico de Radio Uni, y solo el 40.4% dijo escucharla. Entre sus preferencias señalaron los programas informativos, programas sobre salud, musicales y programas de entrevistas. El 70.1% no identifica ninguno de los programas que estaban en las opciones de respuesta del cuestionario aplicado a los estudiantes, mientras que sí pudieron mencionar programación comercial de otras estaciones radiofónicas, como 103, 102, 97.3 (las más mencionadas), 104.5 y 106.9 de Frecuencia Modulada.

Frente a las estaciones comerciales, Radio UNI es la que les resulta más conocida, ya que solo siete estudiantes de la Facultad de Artes Escénicas mencionaron escuchar Frecuencia TEC, y ninguno de los encuestados mencionó Radio UDEM. Quienes la escuchan lo hacen debido a su interés por escuchar un programa en especial, escuchar música o noticias. Desde la opinión de los estudiantes que sí escuchan Radio UNI, a la estación le falta una mayor difusión (40.4%), mientras que aquellos que no sintonizan a esta estación opinan lo mismo en un mayor porcentaje (59.5%), lo cual tiene relación con el hecho de que no está entre sus preferencias de escucha, aunque sí consumen otras estaciones de radio comercial. Entre quienes sí escuchan Radio UNI hay similitudes en cuanto a opinar que le falta una buena programación: 8.9% quienes sí la escuchan, 5.8 % entre quienes no la escuchan.

Entre las demandas de programas que les gustaría que fueran incluidos en la programación, hay coincidencia en el género de “Espiritualidad”, ya que tanto los que sí la escuchan (12.4%), como aquellos que no la escuchan (11.6%) opinaron que ese tipo de programas les gustaría escuchar por Radio UNI. La demanda de programas musicales es el doble (8.5%) entre quienes sí escuchan Radio Uni, que entre quienes no la

escuchan (4.5%). Los programas relacionados con ciencia y cultura no son peticiones por parte de los estudiantes, independientemente de si escuchan o no la radio universitaria de la UANL, lo cual contradice los planteamientos de los autores presentados en el Estado de la Cuestión, ya que se esperaría que una radio universitaria constituyera una estrategia de divulgación de la ciencia o para el fortalecimiento de los aprendizajes abordados en diversas áreas del conocimiento. De tal manera que mientras la programación no considera como prioridad estos dos ámbitos, y sus radioescuchas potenciales y reales, tampoco se interesan por ello.

Capítulo 4. Resultados

En el presente apartado se integra la descripción de los resultados, obtenidos a través de la recabación y el procesamiento estadístico de los datos. Se describen los hallazgos obtenidos con relación al análisis de las preferencias de los contenidos radiofónicos. Se presentan en un primer apartado, los resultados relacionados con los estudiantes, como parte de la comunidad universitaria, en un segundo apartado se relacionan y describen los resultados obtenidos a partir de las respuestas otorgadas por los profesores. El procesamiento estadístico se realizó considerando un intervalo de confianza de 95%.

Perfil del radioescucha universitario

En este apartado se describen los datos obtenidos a partir de las respuestas de cada uno de los 638 estudiantes. En un segundo momento se describen los datos obtenidos a partir del subgrupo que sí escucha radio y a partir de ello, se describen los datos del subgrupo de estudiantes que sí sintoniza Radio UNI, dado que el interés de esta investigación se ha centrado en conocer particularmente el perfil de radio escucha universitario.

Dentro del instrumento se han utilizado variables nominales. Cada valor de la variable es arbitrario, por lo tanto en este nivel de medida las categorías se ordenan habitualmente en estadísticos presentados como frecuencias y porcentajes. En el caso del rol que mantienen los integrantes sujetos de investigación, dentro de la universidad el 100% son estudiantes. El grado máximo de escolaridad terminada es el de los estudios de educación media superior.

El grupo de estudiantes está integrado por 638 alumnos, que están cursando programas curriculares en seis diferentes carreras de nivel profesional; las carreras son Ciencias Políticas y Administración Pública, Economía, Ciencias de la Comunicación,

Artes Visuales, Artes Escénicas y Música.

Con relación a la edad: Respecto del perfil del radioescucha universitario, de acuerdo a los resultados se encontró que, de los 638 estudiantes (71.6%) que participaron en la muestra, 457 de ellos sí escuchan radio, mientras que 181 estudiantes (28.4%) no escuchan radio.

Tabla 10. Edad de los estudiantes que escuchan radio por edad.

Edad	Escucha radio				Total
	Sí	%	No	%	
18	108	56.8	82	43.2	190
19	50	78.1	14	21.9	64
22	50	78.1	14	21.9	64
23	109	85.2	19	14.8	128
24	97	75.8	31	24.2	128
27	43	67.2	21	32.8	64
Total	457	71.6	181	28.4	638

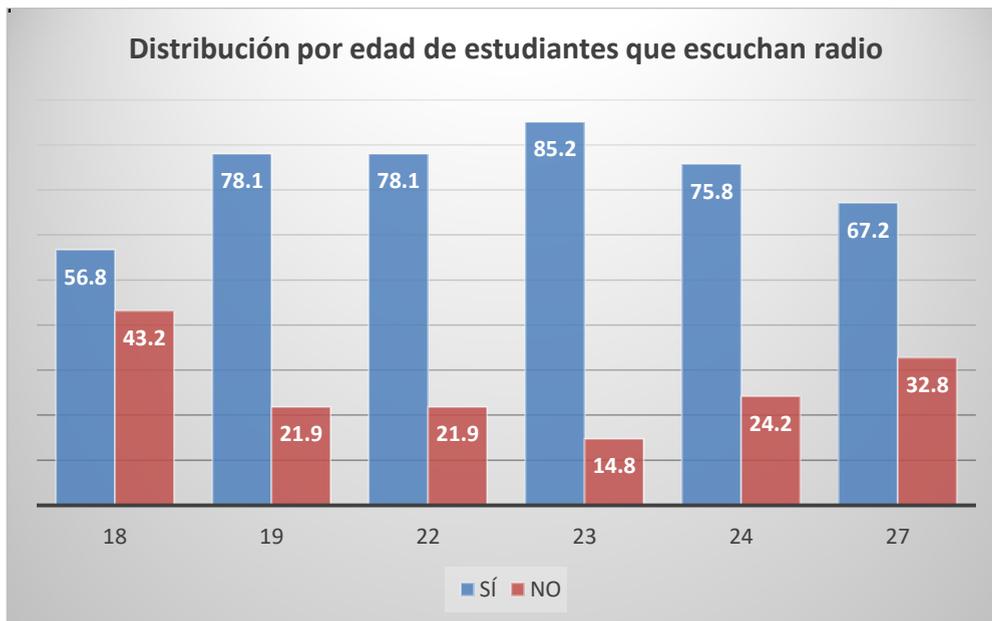


Gráfico No. 7 Distribución por edad de 638 estudiantes participantes

Al ubicar el número de 457 alumnos como el 100% de los alumnos que sí escuchan radio, obtuvimos los resultados siguientes: el subgrupo de edad de 23 años es el que posee el mayor número de integrantes con 109 estudiantes (23.8%), en orden descendente le sigue el subgrupo de 18 años de edad con 108 estudiantes (23.6%), le sigue el subgrupo de 24 años con 97 estudiantes (21.2%), enseguida se encuentra el subgrupo de 19 y 22 años con 50 estudiantes respectivamente (10.9%), por último se encuentra el subgrupo de 27 años de edad con 43 estudiantes (9.4%).

Tabla 11. Edad de los estudiantes que sí escuchan radio

Edad de los estudiantes que sí escuchan radio		
Edad	Frecuencia	%
18	108	23.6
19	50	10.9
22	50	10.9
23	109	23.8
24	97	21.2
27	43	09.4
Total	457	100



Gráfico No. 8 Distribución por edad de 457 estudiantes que sí escuchan radio

Con relación al género: Respecto del perfil del radioescucha universitario, de acuerdo con los resultados, se encontró que de los 638 estudiantes que conforman la muestra, 457 de ellos sí escuchan radio. De acuerdo con los resultados, considerando el número de 457 como el 100% de la población que sí escucha radio, se encontró que 170 estudiantes (37.19%) son hombres, mientras que 287 estudiantes (62.8%) son mujeres. Con relación al perfil del radioescucha en el grupo de estudiantes la mayoría de los estudiantes son mujeres.

Tabla 12. Género de estudiantes que escuchan radio

	Género de estudiantes que escuchan radio				Total
	Escucha radio				
	Sí	%	No	%	
Hombre	170	26.6	109	17	279
Mujer	287	44.9	72	11.2	359
Total	457	71.5	181	28.2	638

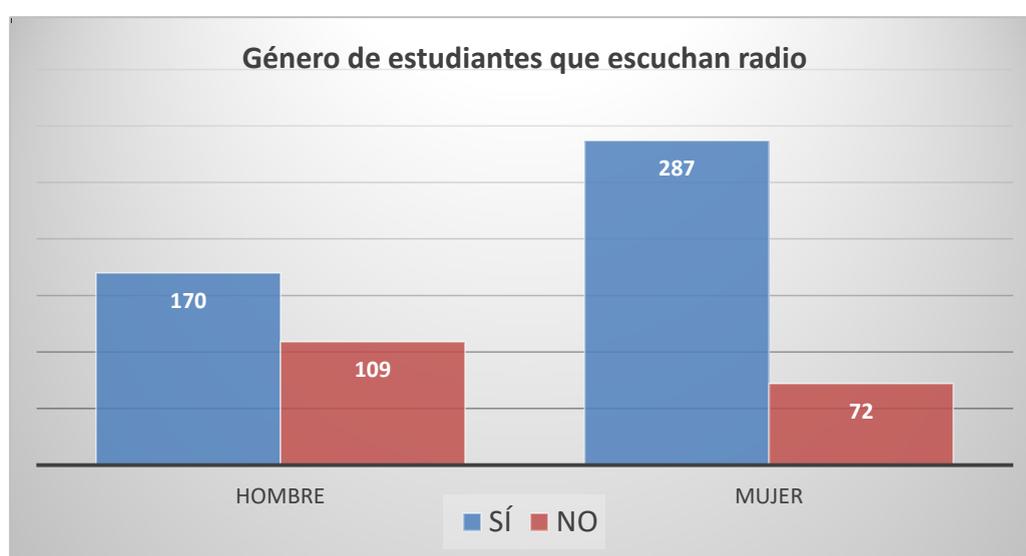


Gráfico No. 9 Distribución por género de estudiantes que sí escuchan radio

Con relación a la carrera de los estudiantes: Respecto del perfil del

radioescucha universitario, de acuerdo con los resultados, se encontró que de los 457 estudiantes que escuchan radio, 153 estudiantes (33.4%) son estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, mientras que 134 estudiantes (29.3%) pertenecen a la carrera de Ciencias Políticas y Administración Pública, 57 estudiantes (12.4%) más son estudiantes de la carrera de Economía, 50 estudiantes (10.9%) pertenecen a la carrera de Artes Escénicas, 32 estudiantes (7.0%) pertenecen a la carrera de Artes Visuales, y por último 31 estudiantes (6.7%) son de la carrera de Música. Es interesante identificar que el grupo de estudiantes con el menor número de radioescuchas es el de la Facultad de Música.

Tabla 13. Estudiantes que escuchan radio por facultad

Carrera	Escucha radio				Total
	Sí	%	No	%	
Ciencias Políticas y Administración Pública	134	65	72	35	206
Economía	57	89.1	7	10.9	64
Ciencias de la Comunicación	153	86	25	14	178
Artes Visuales	32	50.8	31	49.2	63
Artes Escénicas	50	78.1	14	21.9	64
Música	31	49.2	32	50.8	63
Total	457	71.6	181	28.4	638



Gráfico No. 10 *Estudiantes que escuchan radio por Facultad*

Los resultados del conteo de la frecuencia de estudiantes que sí escuchan radio al interior de cada carrera, ha quedado de la siguiente manera: De los 206 estudiantes de la carrera de Ciencias Políticas y Administración Pública, 134 estudiantes (65%) sí escuchan radio, mientras que 72 estudiantes (35%) no escuchan radio.

De los 64 estudiantes de la carrera de Economía 57 estudiantes (89.1%) sí escuchan radio, mientras que 7 estudiantes (10.9%) no escuchan radio. De los 178 estudiantes de la carrea de Ciencias de la Comunicación 153 estudiantes (86%) sí escuchan radio, mientas que 25 estudiantes (14%) no escuchan radio. De los 63 estudiantes de la carrera de Artes Visuales 32 estudiantes (50.8%) sí escuchan radio, mientras que 31 estudiantes (49.2%) no escuchan radio.

De los 64 estudiantes de la carrera de Artes Escénicas 50 estudiantes (78%), mientras que 14 estudiantes (21.9%) no escuchan radio. De los 63 estudiantes de la carrera de Música 31 estudiantes (49.2%) sí escuchan radio, mientras que 32 estudiantes (50.8%) no escuchan música.

De acuerdo con los resultados anteriores, el mayor número de estudiantes que sí

escucha radio se concentra en primer lugar en la carrera de Economía, (89.1%), le sigue la carrera de Ciencias de la comunicación (86%), en orden descendente se encuentra la carrera de Artes Escénicas (78.1%), enseguida se encuentra la carrera de Ciencias Políticas y Administración Pública (65%), le sigue la carrera de Artes Visuales (50.8%) y por último se encuentra la carrera de Música (49.2%).

Acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL

El tipo de acceso y las preferencias de contenidos radiofónicos se describen en este apartado, a partir de los datos obtenidos, a partir de las respuestas que cada uno de los 457 estudiantes que señala escuchar radio. En un segundo momento se describen los datos del subgrupo de estudiantes que sí sintoniza Radio UNI.

Con relación al número de horas diarias que los estudiantes escuchan radio: Respecto del número de horas que escuchan radio, de acuerdo con los resultados, se encontró que de los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 253 estudiantes (55.3%) escuchan radio una hora al día, 172 son mujeres y 81 son hombres. De los 138 estudiantes (30.1%) que escuchan radio dos horas al día, 93 son mujeres y 45 son hombres. De los 31 estudiantes (6.7%) que escuchan radio tres horas al día, 12 son mujeres y 19 son hombres. De los 22 estudiantes (4.8%) que escuchan radio cuatro horas al día, 11 son mujeres y 11 son hombres. Finalmente, de los 13 estudiantes (2.8%) que escuchan radio cinco horas al día, 6 son mujeres y 7 son hombres. De acuerdo con los resultados obtenidos, de los 457 estudiantes que sí escuchan radio, la mayoría de ellas son mujeres, 294 estudiantes (64.3%) mujeres, mientras que, en el caso de los varones, son 163 estudiantes (35.6%).

Tabla 14. Número de horas que escuchan radio por género

Número de horas	Género		frecuencia	%
	H	M		
Horas 1	81	172	253	55.3
2	45	93	138	30.1
3	19	12	31	6.7
4	11	11	22	4.8
5	7	06	13	2.8
Total	163	294	457	100



Gráfico No. 11 Número de horas que escuchan radio

n relación a la preferencia por una estación de radio: Respecto de la preferencia por estación de radio de los 457 estudiantes que sí escuchan radio, los resultados fueron los siguientes; 158 estudiantes (24.7%) prefieren escuchar la estación 103, 102 y 97.3 de la banda de Frecuencia Modulada, 131 estudiantes (20.5%) prefieren escuchar la estación Radio-Uni, 94 estudiantes (14.7%) prefieren escuchar la estación 106.9 de la banda de Frecuencia Modulada, 67 estudiantes (10.5%) prefieren escuchar las estaciones 97.3, 102 y 103 de la banda de Frecuencia Modulada, por último 7 estudiantes (1.0%) prefieren escuchar la estación de radio 94.1 de la banda de Frecuencia Modulada.

Tabla 15. Preferencia por estación de radio de los estudiantes

Preferencia por estación de radio de los estudiantes
¿Cuáles estaciones de radio escuchas?

Carrera	103,102, 97.3	104.5	Radi0 UNI	106.9	94.1	Radi0 UDEM	Ninguna	Total
Ciencias Políticas y Administración Pública	20	59	49	6	0	0	72	206
	9.7	28.6	23.8	2.9	0.	0	34.9	100
Economía	6	20	18	13	0	0	7	64
	9.4	31.3	28.1	20.3	0	0	10.9	100
Ciencias de la Comunicación	29	29	43	52	0	0	25	178
	16.2	16.2	24.2	29.2	0	0	14	100
Artes Visuales	6	10	6	10	0	0	31	63
	9.5	15.8	9.5	15.8	0	0	49.2	100
Artes Escénicas	6	15	12	10	7	0	14	64
	9.3	23.4	18.8	15.6	10.9	0	21.9	100
Música	0	25	3	3	0	0	32	63
	0	39.6	4.7	4.7	0	0	50.7	100
Total	67	158	131	94	7	0	181	638
%	10.5	24.7	20.5	14.7	1.0	0	28.3	100

Tiempo de traslado con relación al número de horas que escucha radio: De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 138 estudiantes (30%) invierten entre 15 y 30 minutos en su traslado de su domicilio particular al campus universitario, de este subgrupo de estudiantes, 88 (63.7%) de ellos escuchan una hora de radio, mientras que 38 estudiantes más (27.5%) escuchan radio dos horas diariamente, por último 12 estudiantes (8.6%) escuchan radio tres horas diariamente.

De los 134 estudiantes (29.3%) que invierten entre 31 y 60 minutos de traslado, 76 estudiantes (56%) escuchan radio una hora diariamente, mientras que 37 estudiantes

(27.6%) escuchan radio dos horas diariamente, 7 estudiantes (5.2%) escuchan radio dos, tres y cuatro horas respectivamente.

En el caso de los 161 estudiantes (35.2%) que invierten entre 61 y 120 minutos de traslado, 86 estudiantes (53.4%) escuchan radio una hora al día, mientras que 48 de ellos (29.8%) escuchan radio dos horas diariamente, 6 estudiantes (3.7) escuchan radio tres horas al día, 15 estudiantes (9.3%) escucha radio cuatro horas al día, por último 6 estudiantes (3.7%) escuchan radio cinco horas al día.

De los 24 estudiantes (5.2%) que invierten entre 121 y 180 minutos en su traslado, 3 estudiantes (12.5%) escucha radio una hora diariamente, mientras que 15 estudiantes (62.5%). 6 estudiantes más escuchan radio dos horas al día, y por último 6 estudiantes (25%) escuchan radio tres horas al día.

Tabla 16. Tiempo de traslado con relación a horas de escucha

	Número de horas					Total
	1	2	3	4	5	
15 a 30	88	38	12	0	0	138
	63.7	27.5	8.6	0	0	100
31 a 60	76	37	7	7	7	134
	56.7	27.6	5.2	5.2	5.2	100
61 a 120	86	48	6	15	6	161
	53.4	29.8	3.7	9.3	3.7	100
121 a 180	3	15	6	0	0	24
	12.5	62.5	25	0	0	100
Total	253	138	31	22	13	457
%	55.3	30.1	6.7	4.8	2.8	100

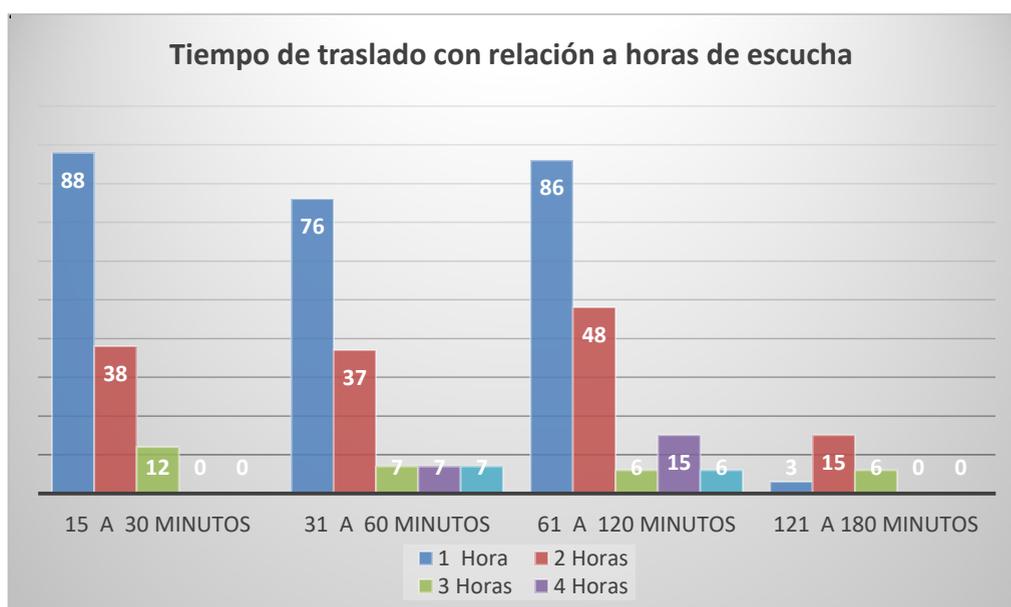


Gráfico No. 12 *Número de horas que escuchan radio*

Lugar en donde escucha radio con relación al número de horas que escucha:

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 305 estudiantes (66.7%) escuchan radio en *el auto*, de este subgrupo 157 estudiantes (51.4%), escucha radio una hora; 106 estudiantes (34.7%) escuchan radio dos horas, 18 estudiantes (5.9%) escuchan radio tres horas, 11 estudiantes (3.6%) escuchan radio cuatro horas, y por último 13 estudiantes (4.2%) escuchan radio cinco horas diariamente.

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 87 estudiantes (19%) la escuchan en *su casa*; 63 estudiantes (72.4%) escucha radio una hora, 7 estudiantes (8%) escuchan radio dos horas, 6 estudiantes (6.8%) escucha radio tres horas, 11 estudiantes (12.6%) escuchan radio cuatro horas diariamente.

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 53 estudiantes (11.5%) la escuchan en *el transporte público*; 33 estudiantes (53.4%) escuchan radio una hora, 13 estudiantes (29.8%) escuchan radio dos horas, 7 estudiantes (3.7%) escuchan radio tres horas diariamente.

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 12 estudiantes (2.6%) la escuchan en *la escuela o facultad*; 12 estudiantes (100%) escuchan radio una dos horas diariamente.

Tabla 17. Lugar en donde escucha radio con relación a horas de escucha

		Número de horas					Total
		1	2	3	4	5	
Lugar donde	Auto	157	106	18	11	13	305
		51.4	34.7	5.9	3.6	4.2	100
Escucha radio	Casa	63	7	6	11	0	87
		72.4	8	6.8	12.6	0	100
	Transporte público	33	13	7	0	0	53
		53.4	29.8	3.7	0	0	100
	Escuela/Facultad	0	12	0	0	0	12
		0	100	0	0	0	100
Total		253	138	31	22	13	457
%		55.3	30.1	6.7	4.8	2.8	100

Medio por el que escucha radio con relación al número de horas:

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 333 estudiantes (72.8%) escuchan radio a través del radio del auto, de este subgrupo 179 estudiantes (53.7%), escucha radiouna hora; 106 estudiantes (31.8%) escuchan radio dos horas, 24 estudiantes (7.2%) escuchan radio tres horas, 11 estudiantes (3.3%) escuchan radio cuatro horas, y por último 13 estudiantes (3.9%) escuchan radio cinco horas diariamente.

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 19 estudiantes (4.1%) escuchan radio a través del *radio del transporte público*, de este subgrupo 7 estudiantes (36.8%), escuchan radio una hora, 7 estudiantes (36.8%) escuchan radio tres horas, 5 estudiantes (26.3%) escuchan radio cuatro horas.

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 93 estudiantes (20.3%) escuchan radio a través del *celular*, de este subgrupo 65 estudiantes (69.8%), escuchan radio una hora; 22 estudiantes (23.6%) escuchan radio dos horas, 6 estudiantes (6.4%) escuchan radio cuatro horas.

De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 12 estudiantes (2.6%) escuchan radio a través de la *computadora portátil*, de este subgrupo 2 estudiantes (16.6%), escuchan radio una hora; 10 estudiantes (83.3%) escuchan radio dos horas.

Tabla 18. Medio por el que escucha radio con relación a horas de escucha

Medio por el cual escucha radio	<u>Número de horas</u>					
	1	2	3	4	5	
Radio de auto	179	106	24	11	13	333
	53.7	31.8	7.2	3.3	3.9	100
Radio transporte público	7	0	7	5	0	19
	36.8	0	36.8	26.3	0	100
Celular	65	22	0	6	0	93
	69.8	23.6	0	6.4	0	100
Computadora portátil	2	10	0	0	0	12
	16.6	83.3	0	0	0	100
Total	253	138	31	22	13	457
%	55.3	30.1	6.7	4.8	2.8	100

La mayoría de los estudiantes, en este caso 333 de los 457 estudiantes (72.8%), escucha radio a través de la radio del auto. Le sigue el aparato celular, con una cifra menor de estudiantes, en este caso 93 estudiantes (20.3%). El medio menos utilizado para escuchar radio es la computadora portátil, solo 12 estudiantes (2.6%) escuchan radio por este medio.

Intereses de programación y contenido de los universitarios

Los intereses de programación radiofónica de los 457 estudiantes que sí escuchan radio, y la preferencia por cierto tipo de contenidos, dentro de la programación se describen en el siguiente apartado. En un segundo momento, se describen los resultados, sobre los intereses de programación radiofónica del subgrupo de estudiantes que sí escuchan Radio UNI.

Tipo de programa radiofónico escuchado con relación a género: De los 457 estudiantes que sí escuchan radio, 33 estudiantes (7.2%) escuchan *programas informativos*, de este subgrupo 6 estudiantes (18.8%) son hombres y 27 (81.8%) son mujeres; 55 estudiantes (12%) escuchan *programas culturales* de este subgrupo de estudiantes, 7 (12.7%) son hombres y 48 (87.2%) son mujeres; 333 estudiantes (72.8%) escuchan *programas musicales*, de este subgrupo, 145 (43.5%) son hombres y 188 (56.4%) son mujeres, 30 estudiantes (6.5%) escuchan *programas deportivos*, de este subgrupo 24 (80%) estudiantes son hombres y 6 (20%) son mujeres y por último. 6 estudiantes (1.3%) señalan que ellos escuchan *todos los tipos de programas radiofónicos*, los seis estudiantes que señalaron esto son hombres.

Tabla 19. Programa radiofónico escuchado por género

Tipo de Programa escuchado	Género		Frecuencia	%
	H	M		
	Informativos	06	27	33
Culturales	07	48	55	12
Musicales	145	188	333	72.8
Deportivos	24	06	30	6.5
Todos los anteriores	06	00	6	1.3
Total	188	269	457	100

Sintoniza Radio UNI por tipo de programa que escucha: De los 638 estudiantes que conforman la muestra 258 estudiantes (40.4%) sí escuchan Radio UNI, mientras que 380 estudiantes (59.5%) no la escuchan.

De los 258 estudiantes que sí escuchan Radio UNI, 21 estudiantes (8.1%) escuchan *programas informativos*, 13 estudiantes (5%) escuchan *programas sobre salud*, 27 estudiantes (10.4%) escuchan *programas musicales*, 9 estudiantes (3.4%) escuchan *programas de entrevistas*, 7 estudiantes (2.7%) escuchan *todo tipo de programas* y por último, 181 estudiantes (70.1%) no escuchan *ningún tipo de programas*. A partir de este resultado se identifica que la mayoría de los estudiantes (70.1%) no identifican en su programación, ninguno de los programas ubicados como opción de respuesta dentro del cuestionario aplicado, aunque afirman que sí escuchan Radio UNI.

Tabla 20. Sintoniza Radio UNI por tipo de programa que escucha

Sintoniza Radio UNI y Tipo de programa que escucha							
ESCUCHA RADIO-UNI	Tipo de programa escucha						Total
	Informativo	Salud	Musicales	Entrevistas	Todos	Ninguno	
	21	13	27	9	7	181	258
	8.1	5.0	10.4	3.4	2.7	70.1	100
	11	24	12	4	5	324	380
	2.8	6.3	3.1	1.0	1.3	85.2	100
	32	37	39	13	12	505	638
Total	5.0	5.7	6.1	2.0	1.8	79	100

Sintoniza Radio UNI por género: De los 258 estudiantes que *sí escuchan Radio UNI*, 111 estudiantes (43%) son hombres, mientras que 147 estudiantes (56.9%) son mujeres.

Tabla 21. Sintoniza Radio UNI por género

	Sintoniza Radio UNI		Total
	Hombre	Mujer	
Sintoniza Radio-UNI	111	147	258
%	43	56.9	100

Razón principal para sintonizar Radio UNI: De los 258 estudiantes que *sí escuchan Radio UNI*, 22 estudiantes (8.5%) señalan que la razón para escuchar la estación es *escuchar música*, 38 estudiantes (14.7%) señalan que la razón para escuchar la estación es *escuchar un programa especial*, 12 estudiantes (4.6%) señalan que la razón para escuchar la estación es *escuchar noticias*, 51 estudiantes (19.7%) *no contesto* cuál es la razón para escuchar la estación, 135 estudiantes (52.3%) señala *que no sabía de la existencia* de la programación de Radio UNI.

Tabla 22. Razón principal para sintonizar Radio UNI

Razón principal para sintonizar RADIO UNI

	Escuchar música	Escuchar un programa especial	Escuchar noticias	No contesto	No sabía de su existencia	Total
Frecuencia	22	38	12	51	135	258
%	8.5	14.7	4.6	19.7	52.3	100

Opinión sobre Radio UNI con relación a sí sintoniza o no la estación:

Del grupo de estudiantes que no escucha Radio UNI: De los 380 estudiantes (59.5%) que *no escuchan Radio UNI*, 56 estudiantes (14.7%) señalan que a Radio UNI le *falta mayor difusión*, 22 estudiantes (5.8%) señalan que Radio UNI *tiene buena programación*, 302 estudiantes (79.5%) *no contestaron a esta pregunta*.

Del grupo de estudiantes que sí escucha Radio UNI: De los 258 estudiantes (40.4%) que *sí escuchan Radio UNI*, 41 estudiantes (15.9%) señalan que a Radio UNI le *falta mayor difusión*, 23 estudiantes (8.9%) señalan que Radio UNI *tiene buena programación*, 194 estudiantes (75.2%) *no contestaron a esta pregunta*.

Tabla 23. Opinión de Radio UNI con relación a sí sintoniza o no la estación

	Opinión de Radio UNI con relación a si sintoniza o no la estación			Total
	¿Qué opina de Radio UNI?			
	Falta mayor difusión	Buena programación	No contesto ó	
Sí	41	23	194	258
	15.9	8.9	75.2	100
No	56	22	302	380
	14.7	5.8	79.5	100
Total	97	45	496	638
	15.2	7.1	77.7	100

Tipo de programa que le gustaría que transmitiera Radio UNI con relación a si sintoniza o no la estación:

Del grupo de estudiantes que sí escucha Radio UNI: De los 258 estudiantes (40.4%) que *sí escuchan Radio UNI*, 22 estudiantes (8.5%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas musicales*. 10 estudiantes (3.1%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas de ciencia*, 32 estudiantes (12.4%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas de espiritualidad*, 8 estudiantes (3.1%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas culturales*, por último 188 estudiantes (72.9%) *no contestaron a esta pregunta*.

Del grupo de estudiantes que no escucha Radio UNI: De los 380 estudiantes (59.5%) que *no escuchan Radio UNI*, 17 estudiantes (4.5%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas musicales*, 10 estudiantes (2.6%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas de ciencia*, 44 estudiantes (11.6%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas de espiritualidad*, 10 estudiantes (2.6%) señalan que les gustaría escuchar en Radio UNI *programas culturales*, por último 299 estudiantes (78.7%) *no contestaron a esta pregunta*.

Tabla 24. Tipo de programa que le gustaría que transmitiera Radio UNI con relación así sintoniza o no la estación

	<u>¿Qué tipo de programa te gustaría que transmitiera Radio UNI?</u>					Total
	Musicales	Ciencia	Espiritualidad	Culturales	No contestó	
Sí	22	08	32	8	188	258
	8.5	3.1	12.4	3.1	72.9	100
No	17	10	44	10	299	380
	4.5	2.6	11.6	2.6	78.7	100
Total	39	18	76	18	487	638
	6.1	2.8	11.9	2.8	76.3	100

Tipo de programa que transmite Radio UNI relacionado con tu carrera en el subgrupo que sí escucha Radio UNI: De los 258 estudiantes (40.4%) que *sí escuchan Radio UNI*, 15 estudiantes (5.8%) señalan que *los programas musicales* que escuchan en Radio UNI, están relacionados con su carrera, 24 estudiantes (9.3%) señalan que *los programas deportivos e informativos* que escuchan en Radio UNI, están relacionados con su carrera, 10 estudiantes (3.9%) señalan que *los programas con entrevistas* que escuchan en Radio UNI, están relacionados con su carrera, 7 estudiantes (2.7%) señalan que *los programas Gaceta y Naranja* que escuchan en Radio UNI, están relacionados con su carrera, 202 estudiantes (78.3%) señalan que *no contestaron a esta pregunta*. La mayoría de los estudiantes (78.3%) que *sí escuchan Radio UNI* no contestaron a esta pregunta.

Tabla 25. Tipo de programa que transmitiera Radio UNI relacionado con la carrera

Tipo de programa de Radio UNI relacionado con tu carrera						
¿Qué tipo de programa está relacionado con tu carrera?						
	Musicales	Deportivos, informativos y musicales	Entrevistas	Gaceta/ Naranja	No contestó	Total
Sí	15	24	10	7	202	258
	5.8	9.3	3.9	2.7	78.3	100
No	3	16	28	0	333	380
	0.8	4.2	7.4	0	87.6	100
Total	18	40	38	7	535	638
	2.8	6.3	6.0	1.1	83.9	100

Conocimiento sobre la existencia de Radio UNI antes de contestar el cuestionario: De los 638 estudiantes integrados en la muestra de investigación, 405 estudiantes (63.5%) señalan que *sí sabían que la UANL tenía una estación de radio, antes de contestar el cuestionario*, de los 405 estudiantes; 183 (45%) son hombres y 222 (55%) son mujeres.

De los 638 estudiantes integrados en la muestra de investigación, 233 estudiantes

(63.5%) señalan que *no sabían que la UANL tenía una estación de radio, antes de contestar el cuestionario*, de los 233 estudiantes; 96 (41.2%) son hombres y 137 (58.7%) son mujeres.

Tabla 26. Sabía que la UANL tenía estación de radio, antes de contestar el cuestionario por género

¿Sabía que la UANL tenía una estación de radio, antes de contestar el cuestionario?			
	Sí	No	Total
Hombre	183	96	279
	65.6	3.4	100
Mujer	222	137	359
	61.8	38.2	100
Total	405	233	638
	63.5	36.5	100

Perfil del profesor universitario radioescucha

En el preste apartado se describen los datos obtenidos a partir de las respuestas de cada uno de los 260 profesores, el 100% de los profesores incluidos en la muestra poblacional sabía que la UANL cuenta con una estación de radio. Dentro del instrumento aplicado a los profesores, se han utilizado variables nominales. Este emparejamiento, es arbitrario al igual que en el instrumento utilizado para la recabación de datos del estudiante radioescucha universitario, por lo tanto, en este nivel de medida las categorías se ordenan se ordenan habitualmente en estadísticos presentados como frecuencias y porcentajes.

En el caso del rol como docentes o profesores, los 260 profesores pertenecen a seis facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León, dentro del Campus Mederos; las facultades a las que pertenecen son las siguientes: Ciencias de la Comunicación, Economía, Artes Visuales, Ciencias Políticas, Música y Artes Escénicas.

Tabla 27. Facultad a la que Pertencen los profesores

Facultad a la que pertenece	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación	82	31.5
Economía	18	6.9
Artes Visuales	62	23.8
Ciencias Políticas	62	23.8
Música	18	6.9
Artes Escénicas	18	6.9
Total	260	100

Facultad a que pertenece

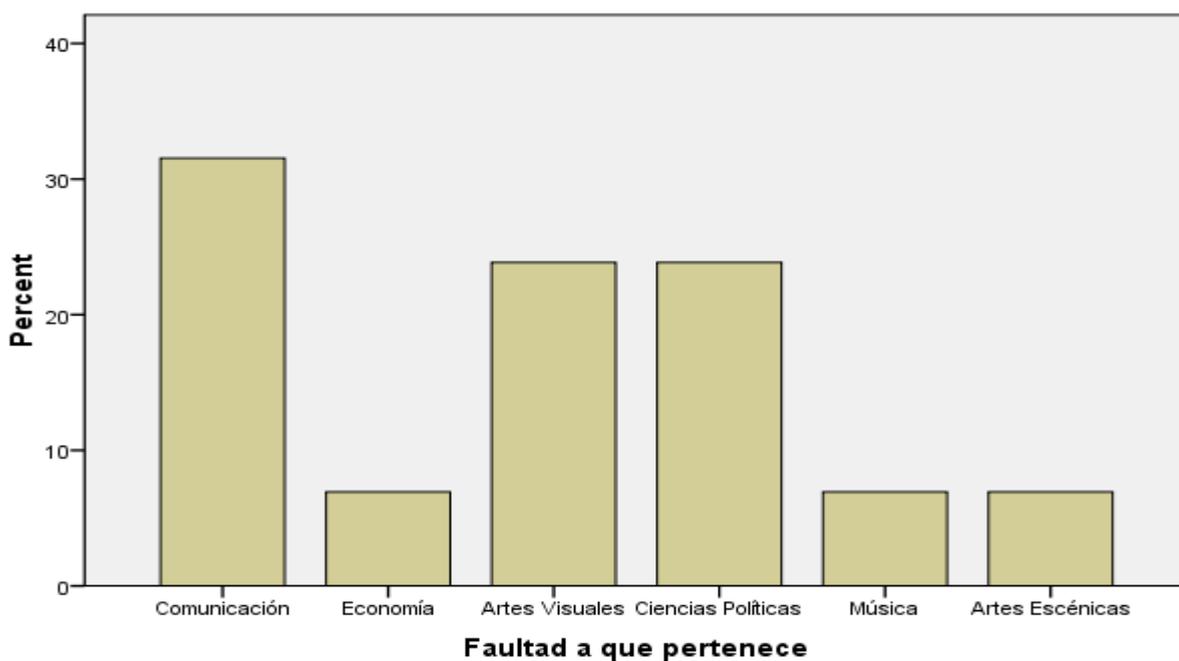


Gráfico No. 13 Con relación a la facultad que pertenecen los profesores

Con relación a la edad: Respecto del perfil del profesor universitario radioescucha, de acuerdo con los resultados se encontró que de los 260 profesores que participaron en la muestra, 59 profesores (22.7%) están en la franja de edad de entre 25 y 30 años, mientras que 63 profesores más (24.2%) están en la franja de 31 a 35 años, por otra parte 35 profesores más (13.5%) están en la franja de 36 a 40 años, 37 profesores más (14.2%) están en la franja de 41 a 45 años, 24 profesores más (9.2%) están en la franja de 46 a 50 años, 22 profesores más (8.5%) están en la franja de 51 a 55 años, 13 profesores más (5%) están en la franja de 56 a 60 años, por último 7 profesores (2.7%) están en la franja de 61 a 65 años.

Tabla 28. Edad de los profesores

	Edad	
	Frecuencia	Porcentaje
25-30	59	22.7
31-35	63	24.2
36-40	35	13.5
41-45	37	14.2
46-50	24	9.2
51-55	22	8.5
56-60	13	5.0
61-65	7	2.7
Total	260	100

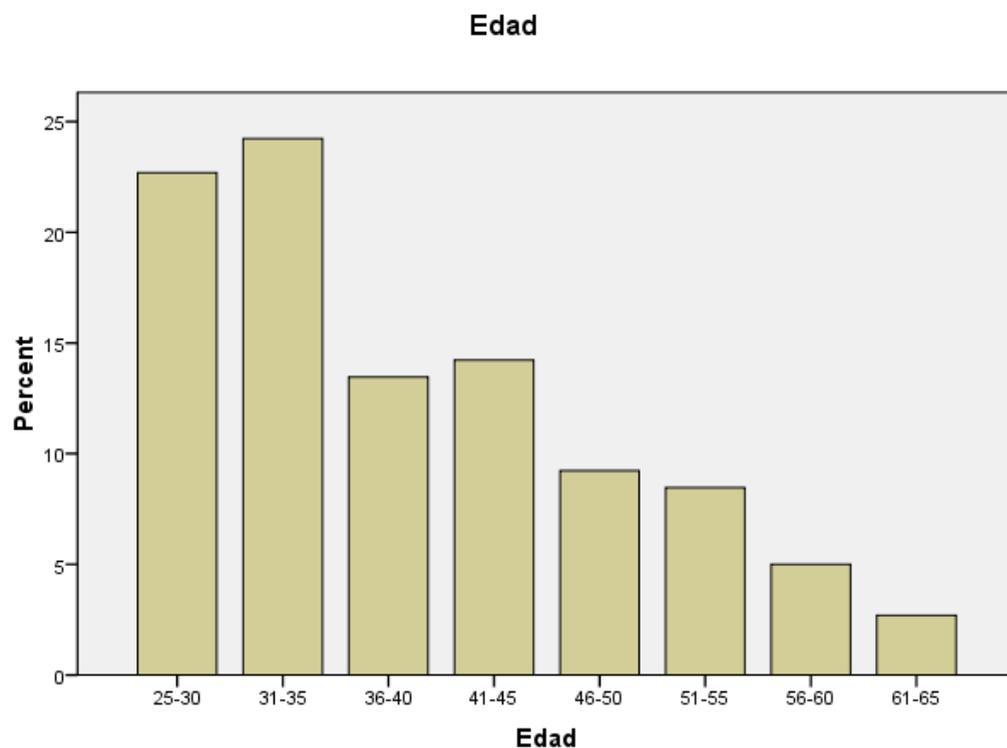


Gráfico No. 14 *Con relación a la edad de los profesores*

Con relación al nivel académico: El grado máximo de estudios de los 260 profesores incluidos en la muestra poblacional, de acuerdo con el resultado obtenido, se distribuye de la siguiente manera; 23 profesores (8.8%) cuentan con estudios de licenciatura, 195 profesores (75%) cuentan con estudios de maestría y 42 profesores (16.2%) cuentan con estudios de doctorado.

Tabla 29. Grado escolar o nivel académico de los profesores

Nivel académico	Frecuencia	Porcentaje
Licenciatura	23	8.8
Maestría	195	75
Doctorado	42	16.2
Total	260	100

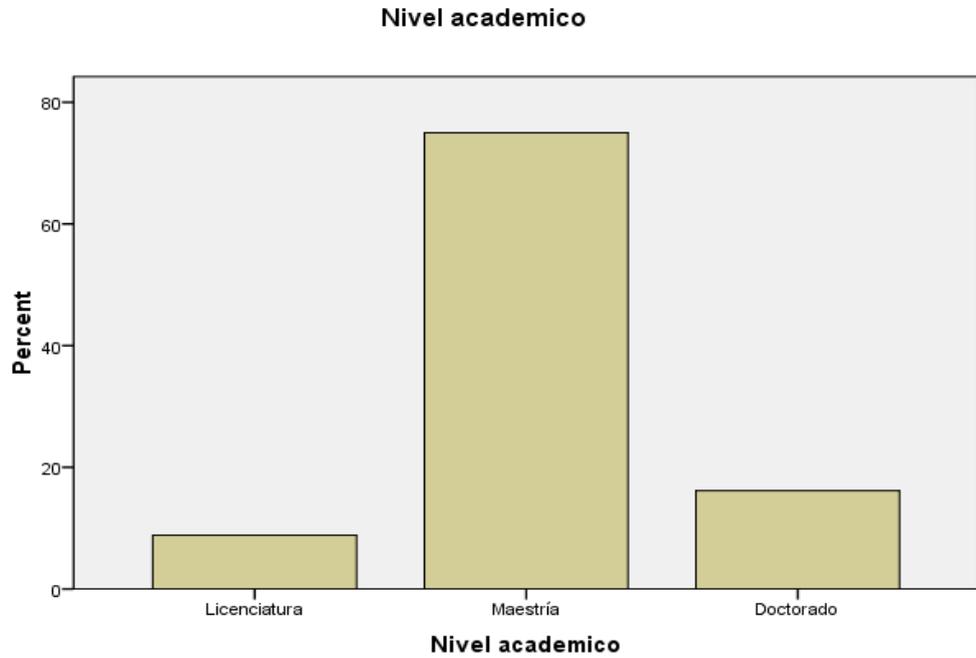


Gráfico No. 15 **Grado escolar o nivel académico de los profesores**

Con relación a género o sexo: Respecto del perfil del profesor universitario radioescucha, de acuerdo con los resultados, se encontró que, de los 260 profesores, 130 profesores (50%) son varones y 130 profesores (50%) son mujeres.

Tabla 30. Género o sexo de los profesores

Género o sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	130	50
Mujer	130	50
Total	260	100

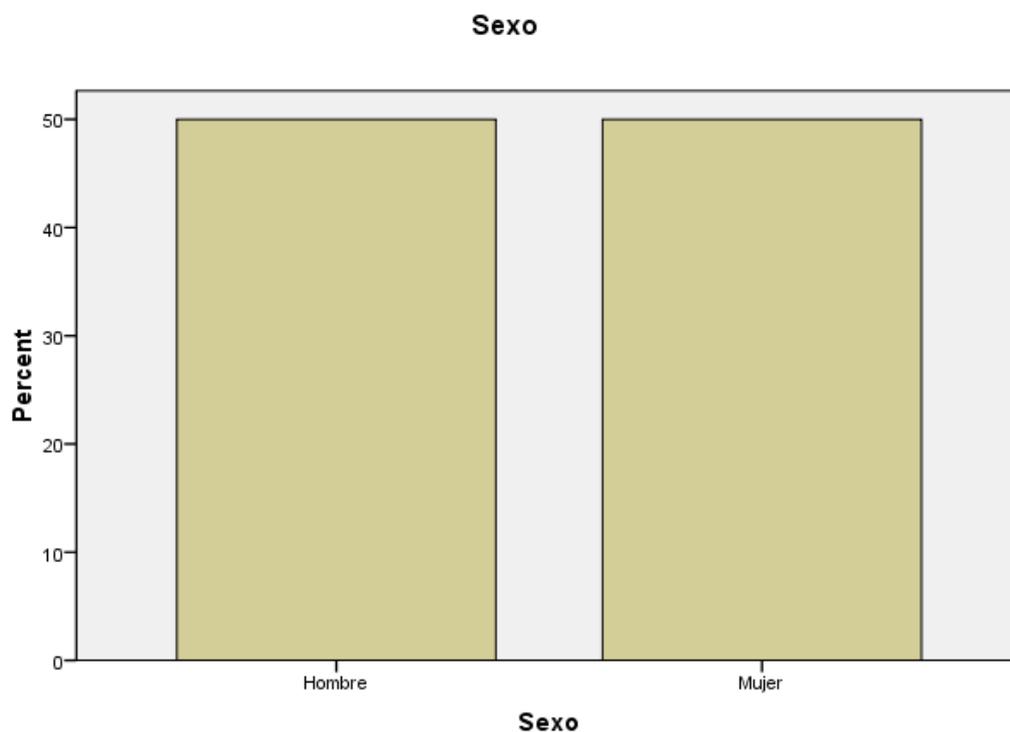


Gráfico No. 16 *Con relación a sexo o género de los profesores*

Con relación a si ha escuchado radio en los últimos 12 meses: Respecto de si los profesores han escuchado radio en los últimos 12 meses se encontró que de los 260 profesores, 250 profesores (96.2%) sí han escuchado radio, mientras que solo 10 profesores (3.8%) no lo han hecho.

Tabla 31. Profesores que han escuchado radio en los últimos 12 meses

Ha escuchado radio en los últimos 12 meses	Frecuencia	Porcentaje
Sí	250	96.2
No	10	3.8
Total	260	100



Gráfico No. 17 *Con relación si ha escuchado la radio en los últimos 12 meses*

Con relación al lugar en dónde ha escuchado radio en los últimos 12 meses:

Respecto de si los profesores han escuchado radio en los últimos 12 meses se encontró que, de los 260 profesores, 250 profesores (96.2%) sí han escuchado radio, mientras que solo 10 profesores (3.8%) no lo han hecho.

Tabla 32. Lugar en que escuchan radio los profesores

Lugar en que escuchan radio los profesores	Frecuencia	Porcentaje
Coche	242	93.1
Casa	12	4.6
Transporte público	6	2.3
Total	260	100

Lugar en que escucha radio

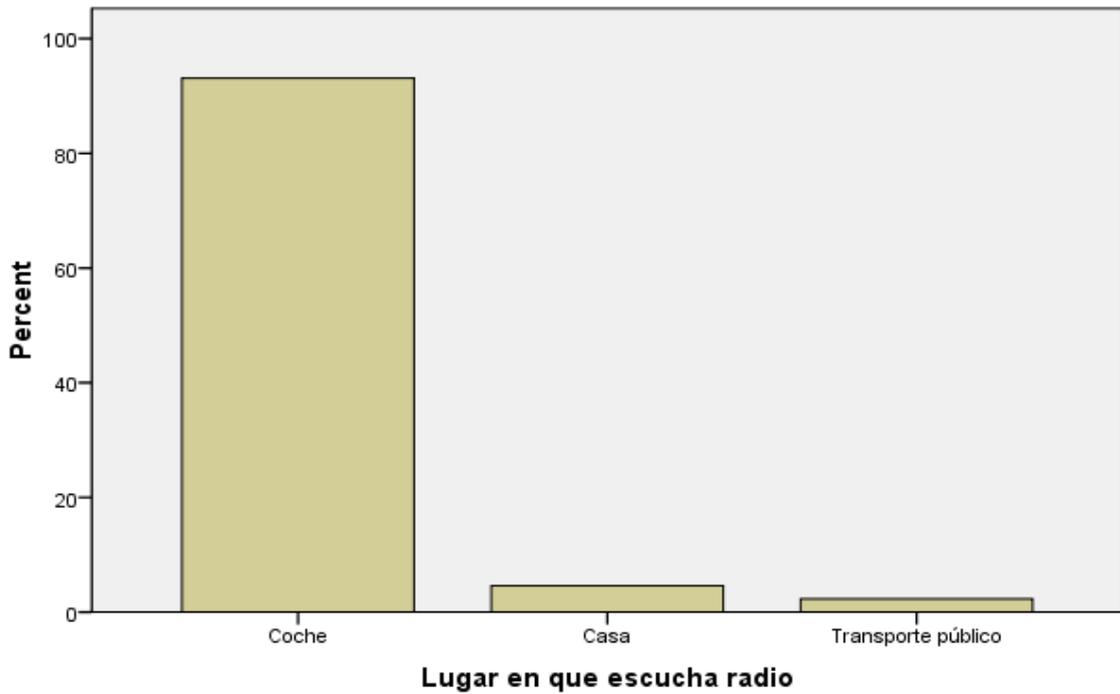


Gráfico No. 18 *Con relación si ha escuchado la radio en los últimos 12 meses*

Con relación al número de horas al día que escucha radio: Respecto del número de horas diarias que los profesores escuchan radio en se encontró que, de los 260 profesores, 120 profesores (46.2%) escuchan una hora, mientras que 117 profesores (45%) escuchan 2 horas radio, 19 profesores (7.3%) escucha radio 3 horas, mientras que 4 profesores (1.5%) escuchan radio 4 horas.

Tabla 33. Número de horas que escuchan radio los profesores

Horas que escucha radio al día	Frecuencia	Porcentaje
1 hora	120	46.2
2 horas	117	45
3 horas	19	7.3
4 horas	4	1.5
Total	260	100

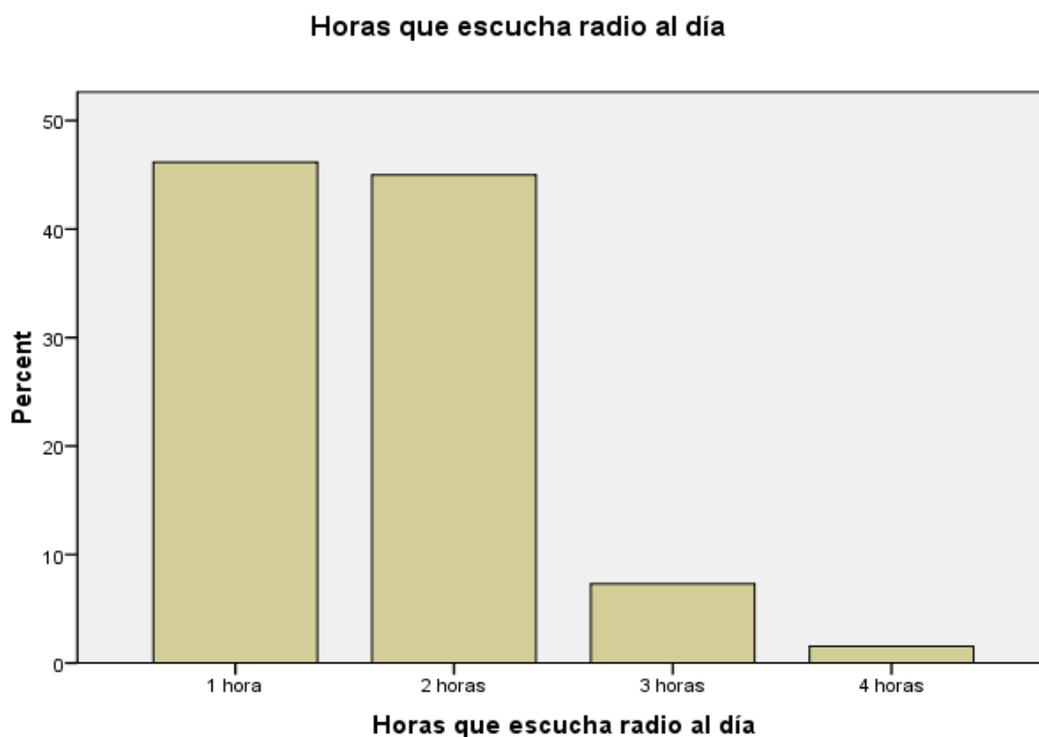


Gráfico No. 19 *Con relación si ha escuchado la radio en los últimos 12 meses*

En el caso de los 120 profesores que escuchan radio una hora diaria, 63 profesores (52.5%) son hombres y 57 profesores (47.5%) son mujeres. En el caso de los 117 profesores que escuchan radio dos horas diarias, 55 profesores (47%) son hombres y 62 profesores (53%) son mujeres. En el caso de los 19 profesores que escuchan radio tres horas diarias, 12 profesores (63%) son hombres y 7 profesores (37%) son mujeres. En el caso de los 4 profesores que escuchan radio cuatro horas diarias, todos son hombres.

Con relación a la estación de radio preferida: Respecto de la estación de radio de Frecuencia Modulada que prefieren escuchar los profesores se encontró que, de los 260 profesores, 50 profesores (19.2%) escuchan la estación 91.7, mientras que 49 profesores (18.8%) escuchan la estación 106.9. 46 profesores (17.7%) escuchan la estación 97.3, mientras que 38 profesores (14.6%) escuchan la estación 103.7, 27

profesores (10.4%) escuchan la estación 104.5, 26 profesores (10%) escuchan la estación 102.9, 19 profesores (7.3%) escuchan la estación 96.5, y 5 profesores (1.9%) escuchan la estación 107.7.

Tabla 34. Estación de radio que escuchan los profesores

Estación de radio preferida	Frecuencia	Porcentaje
96.5	19	7.3
103.7	38	14.6
97.3	46	17.7
91.7	50	19.2
106.9	49	18.8
104.5	27	10.4
102.9	26	10.0
107.7	5	1.9
Total	260	100

Estación de radio que escucha con frecuencia

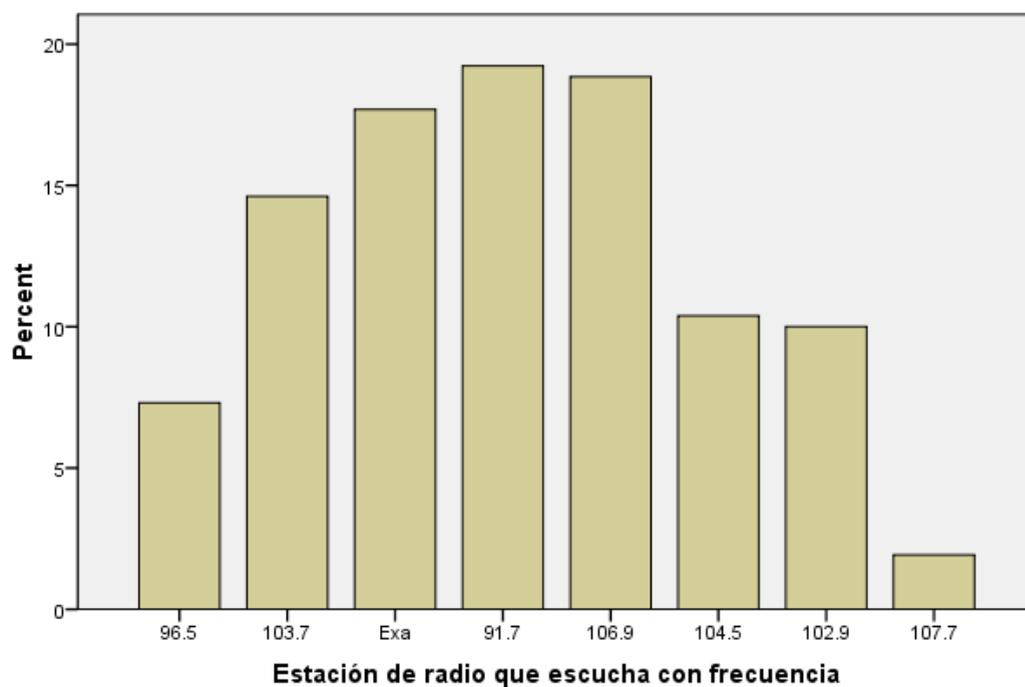


Gráfico No. 20 *Con relación a la estación de radio que escucha con frecuencia*

Con relación al tipo de programa que escuchan: Respecto del tipo de programa que prefieren escuchar los profesores se encontró que, de los 260 profesores, 134 profesores (51.1%) prefieren escuchar programas informativos, mientras que 72 profesores (27.7%) prefieren escuchar programas musicales, 34 profesores (13.1%) prefieren escuchar programas culturales, por último 20 profesores (7.7%) prefieren escuchar programas deportivos.

Tabla 35. Tipo de programa que escuchan los profesores

Tipo de programa preferido	Frecuencia	Porcentaje
Informativos	134	51.5
Culturales	34	13.1
Musicales	72	27.7
Deportivos	20	7.7
Total	260	100

Tipo de programa que escucha

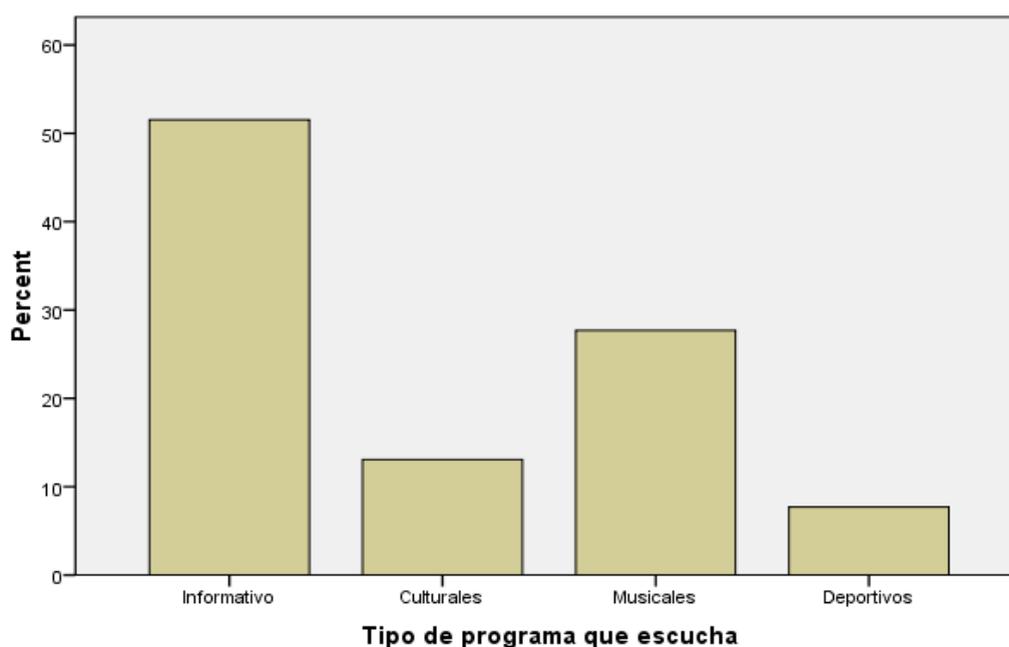


Gráfico No. 21 *Con relación al tipo de programa de radio que escuchan los profesores*

En el caso de los 134 profesores que prefieren escuchar programas informativos, 61 profesores (45.5%) son hombres y 73 profesores (54.4%) son mujeres. En el caso de los 72 profesores que prefieren escuchar programas musicales, 43 profesores (60%) son hombres y 29 profesores (40%) son mujeres. En el caso de los 34 profesores que prefieren escuchar programas culturales, 12 profesores (35%) son hombres y 22 profesores (65%) son mujeres. En el caso de los 20 profesores que prefieren escuchar programas deportivos, 14 profesores (70%) son hombres y 6 profesores (30%) son mujeres.

Con relación al tipo de programa que escuchan en Radio UNI: Respecto del tipo de programa que prefieren escuchar los profesores en Radio UNI se encontró que, de los 260 profesores, 87 profesores (33.5%) prefieren escuchar programas informativos, mientras que 82 profesores (31.5%) prefieren escuchar programas musicales, 52 profesores (20%) prefieren escuchar programas de entrevistas, 25 profesores (9.6%) prefieren escuchar programas de salud, por último 14 profesores (5.4%) señalan que no escuchan ningún tipo de programa.

Tabla 36. Tipo de programa que escuchan en Radio UNI

Tipo de programa escuchado en Radio UNI	Frecuencia	Porcentaje
Informativos	87	33.5
Salud	25	9.6
Musicales	82	31.5
De entrevistas	52	20
Ninguno	14	5.4
Total	260	100

Tipo de programa que escucha en Radio UNI

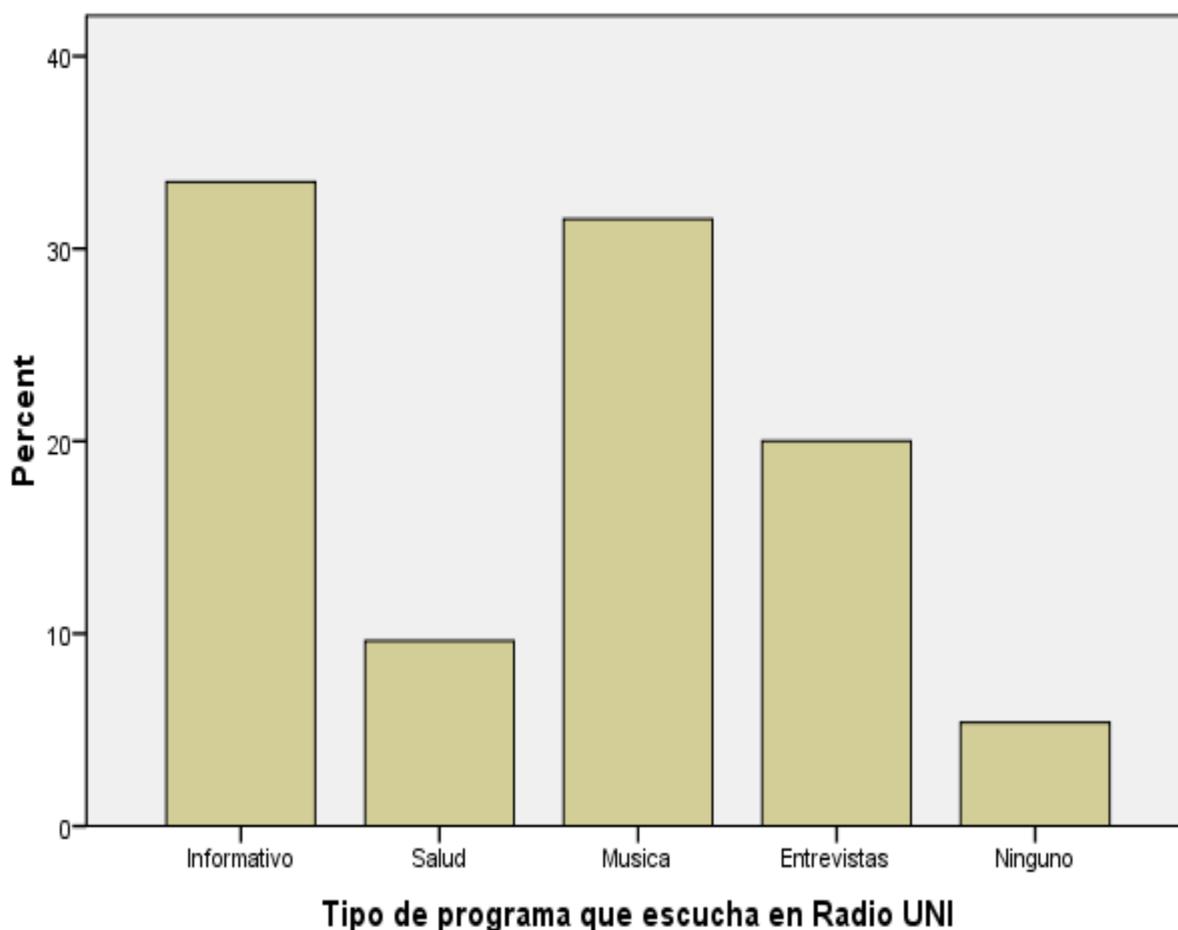


Gráfico No. 22 *Con relación al tipo de programa de radio que escuchan los profesores en Radio Uni*

En el caso de los 87 profesores que prefieren escuchar programas informativos, 47 profesores (54%) son hombres y 40 profesores (46%) son mujeres. En el caso de los 82 profesores que prefieren escuchar programas musicales, 35 profesores (42.6%) son hombres y 47 profesores (57.3%) son mujeres. En el caso de los 52 profesores que prefieren escuchar programas de entrevistas, 31 profesores (59.6%) son hombres y 21 profesores (40.3%) son mujeres. En el caso de los 25 profesores que prefieren escuchar programas de salud, 13 profesores (52%) son hombres y 12 profesores (48%) son mujeres. En el caso de los 14 profesores que prefieren no escuchar ningún tipo de

programa, 4 profesores (28.5%) son hombres y 10 profesores (71.4%) son mujeres.

Tabla 37. Tipo de programa que escuchan en Radio UNI por Facultad

Facultad de pertenencia	Informativo	Salud	Música	Entrevistas	Ninguno	Total
Comunicación	24	11	26	17	4	82
Economía	5	2	7	2	2	18
Artes Visuales	21	5	23	12	1	62
Ciencias Políticas	24	4	16	13	5	62
Música	4	2	6	5	1	18
Artes Escénicas	9	1	4	3	1	18
Total	87	25	82	52	14	260

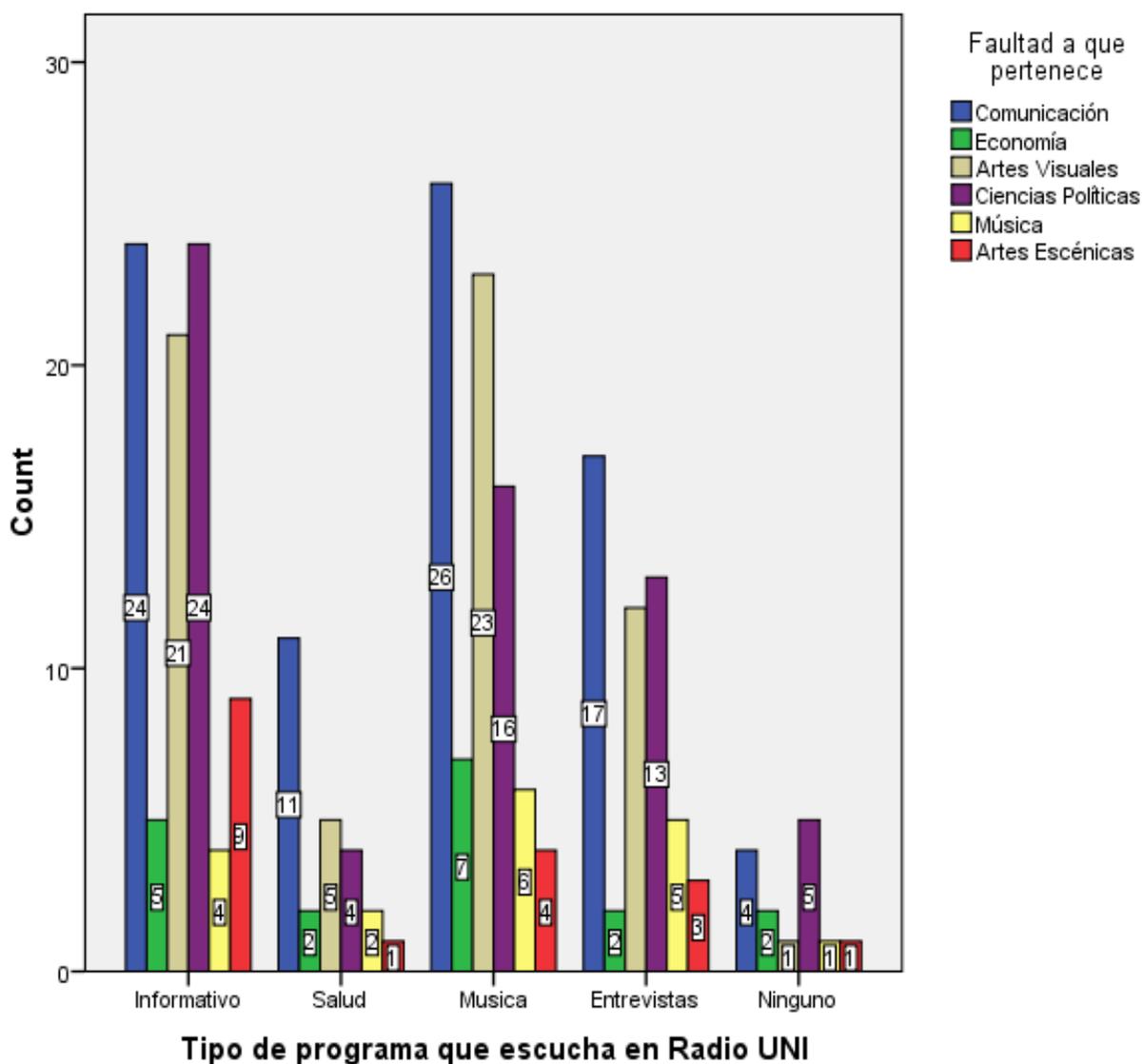


Gráfico No. 23 *Con relación al tipo de programa que escuchan los profesores en Radio Uni por facultad*

En el caso del tipo de programa que escuchan los profesores en Radio UNI por la facultad de adscripción se encontró que, de los 87 profesores que prefieren escuchar **programas informativos** 24 profesores (27.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 24 profesores más (27.5%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 21 profesores (24%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 9 profesores (10.3%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 5 profesores (5.7%) pertenecen a la Facultad de Economía y 4 profesores (4.5%) pertenecen a la Facultad de Música.

De los 82 profesores que prefieren escuchar **música** 26 profesores (31.7%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 23 profesores más (27.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 16 profesores (19.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 7 profesores (8.5%) pertenecen a la Facultad de Economía, 6 profesores (7.3%) pertenecen a la Facultad de Música y 4 profesores (4.8%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

De los 52 profesores que prefieren escuchar **programas de entrevistas** 17 profesores (32.6%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 13 profesores más (25%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 12 profesores (23%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 5 profesores (9.6%) pertenecen a la Facultad de Música, 3 profesores (5.7%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 2 profesores (3.8%) pertenecen a la Facultad de Economía.

De los 25 profesores que prefieren escuchar **programas de salud** 11 profesores (44%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 5 profesores (20%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 4 profesores más (16%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 2 profesores (8%) pertenecen a la Facultad de Economía, 2 profesores (8%) pertenecen a la Facultad de Música y 1 profesores (4%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

Con relación a la principal razón para escuchar Radio UNI: Respecto de la principal razón para escuchar Radio UNI se encontró que de los 260 profesores, 87 profesores (33.5%) señalan el escuchar música, mientras que 87 profesores (33.5%) afirman que la principal razón para ellos es escuchar noticias, 83 profesores (31.9%) señalan el escuchar un programa especial, y solo 3 profesores (1.5%) señalan que la principal razón para escuchar Radio-Uni es el cumplir con alguna tarea.

Tabla 38. Principal razón para escuchar Radio UNI

Principal razón para escuchar Radio UNI	Frecuencia	Porcentaje
Escuchar música	87	33.5
Escuchar noticias	87	33.5
Escuchar programa especial	83	31.9
Cumplir alguna tarea	3	1.5
Total	260	100

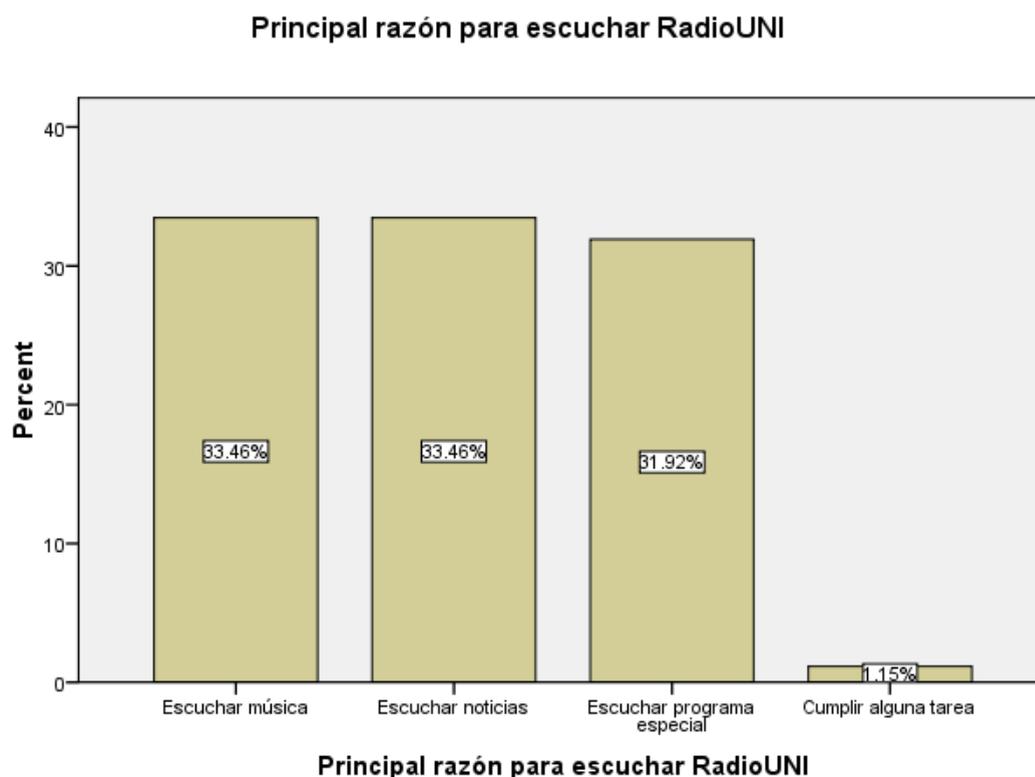


Gráfico No. 24 *Con relación a la principal razón de los profesores para escuchar Radio Uni*

En el caso de los 87 profesores que señalan escuchar música como la principal razón para escuchar Radio UNI, 43 profesores (49.4%) son hombres y 44 profesores (50.5%) son mujeres. En el caso de los otros 87 profesores que señalan el escuchar programas de noticias, 44 profesores (50.5%) son hombres y 43 profesores (49.4%) son mujeres. En el caso de los 83 profesores que señalan el escuchar programas especiales como la principal razón, 40 profesores (48%) son hombres y 43 profesores (52%) son mujeres. En el caso de los 3 profesores que señalan cumplir con alguna tarea, como la razón principal para escuchar Radio UNI, todos son hombres.

Tabla 39. Principal razón para escuchar Radio UNI por Facultad

Facultad de adscripción	Principal Razón para Escuchar Radio UNI			Cumplir alguna tarea	Total
	Escuchar música	Escuchar noticias	Escuchar programa especial		
Comunicación	27	30	25	0	82
Economía	11	4	3	0	18
Artes Visuales	22	21	18	1	62
Ciencias Políticas	15	23	23	1	62
Música	9	5	4	0	18
Artes Escénicas	3	4	10	1	18
Total	87	87	83	3	260

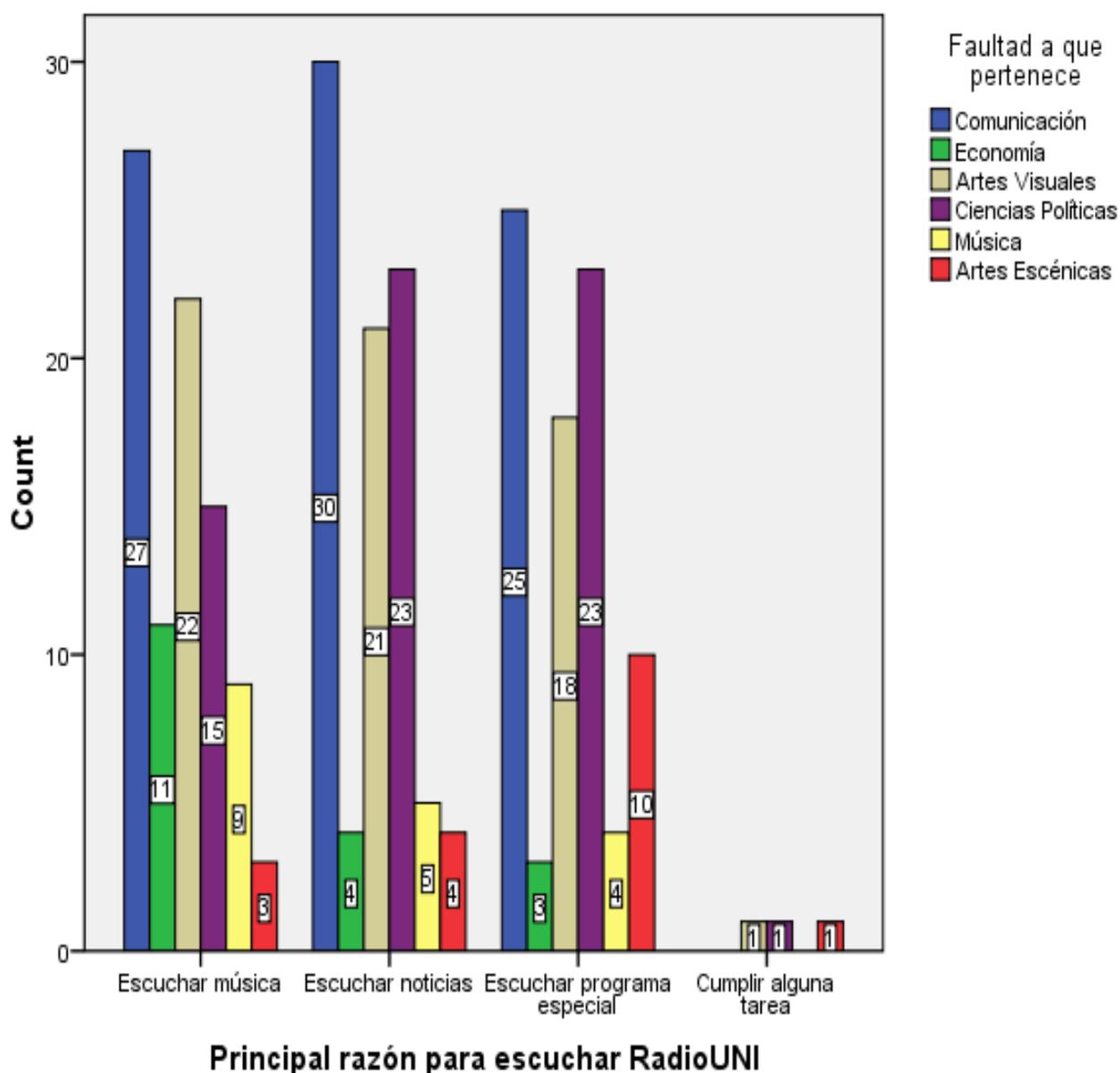


Gráfico No. 25 *Con relación a la principal razón de los profesores para escuchar Radio Uni por Facultad*

En el caso de la principal razón de los profesores para escuchar Radio UNI por Facultad de adscripción se encontró que, de los 87 profesores que la principal razón es *escuchar música* 27 profesores (31%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 22 profesores (25.2%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 15 profesores más (17.2%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 11 profesores (12.6%) pertenecen a la Facultad de Economía, 9 profesores (10.3%) pertenecen a la Facultad de Música y 3 profesores (3.4%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

En el caso del grupo de 87 profesores que señalan *escuchar noticias* como la

principal razón, 30 profesores (34.4%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 23 profesores más (26.4%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 21 profesores (24%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 5 profesores (5.7%) pertenecen a la Facultad de Música, 4 profesores (4.5%) pertenecen a la Facultad de Economía, y 4 profesores (4.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

En el caso del grupo de 83 profesores que señalan escuchar un *programa especial* como la principal razón, 25 profesores (30%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 23 profesores más (27.7%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 18 profesores (21.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 10 profesores (12%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 4 profesores (4.8%) pertenecen a la Facultad de Música y 3 profesores (3.6%) pertenecen a la Facultad de Economía.

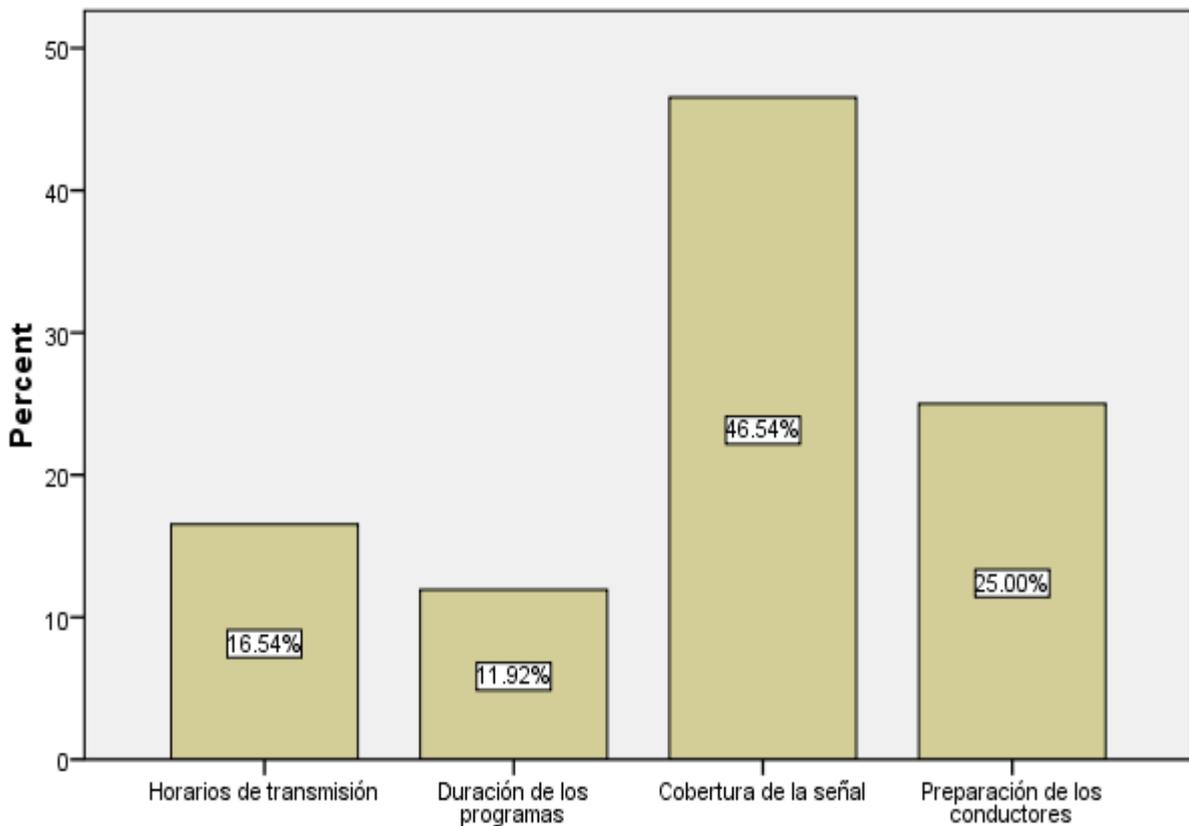
En el caso del grupo de 3 profesores que señalan escuchar Radio UNI *para cumplir con alguna tarea* como la principal razón, un profesor (33.3%) pertenece a la Facultad de Artes Visuales, un profesor más (33.3%) pertenece a la Facultad de Ciencias Políticas y por último, un profesor (33.3%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

Con relación a los aspectos por mejorar en Radio UNI: Respecto de los aspectos por mejorar en Radio-Uni se encontró que, de los 260 profesores, 121 profesores (46.5%) señalan que se debe mejorar la cobertura de la señal, mientras que 65 profesores (25%) opinan que se debe mejorar la preparación de los conductores, 43 profesores (16.5%) señalan que se deben mejorar los horarios de transmisión, por último 31 profesores (11.9%) señalan que se debe mejorar la duración de los programas.

Tabla 40. Aspectos por mejorar en Radio UNI

Aspectos por mejorar en Radio UNI	Frecuencia	Porcentaje
Horarios de transmisión	43	16.5
Duración de los programas	31	11.9
Cobertura de la señal	121	46.5
Preparación de los conductores	65	25
Total	260	100

En qué aspectos considera que debe mejorar RadioUNI



En qué aspectos considera que debe mejorar RadioUNI

Gráfico No. 26 *Con relación a la principal razón de los profesores para escuchar Radio Uni por Facultad*

En el caso de los 121 profesores que señalan que se debe mejorar la cobertura de la señal, 69 profesores (57%) son hombres y 52 profesores (43%) son mujeres. En el caso de los 65 profesores que señalan que se debe mejorar la preparación de los conductores, 26 profesores (40%) son hombres y 39 profesores (60%) son mujeres. En el caso de los 43 profesores que señalan que se debe mejorar los horarios de transmisión, 18 profesores (42%) son hombres y 25 profesores (58%) son mujeres. En el caso de los 31 profesores que señalan que se debe mejorar la duración de los programas, 17 profesores (55%) son hombres y 14 profesores (45%) son mujeres.

Tabla 41. Aspectos por mejorar en Radio UNI por Facultad

En qué aspectos considera que debe mejorar Radio UNI					
	Horarios de transmisión	Duración de los programas	Cobertura de la señal	Preparación de los conductores	Total
Comunicación	16	12	34	20	82
Economía	2	3	8	5	18
Artes Visuales	16	4	25	17	62
Ciencias Políticas	5	7	33	17	62
Música	2	3	11	2	18
Artes Escénicas	2	2	10	4	18
Total	43	31	121	65	260

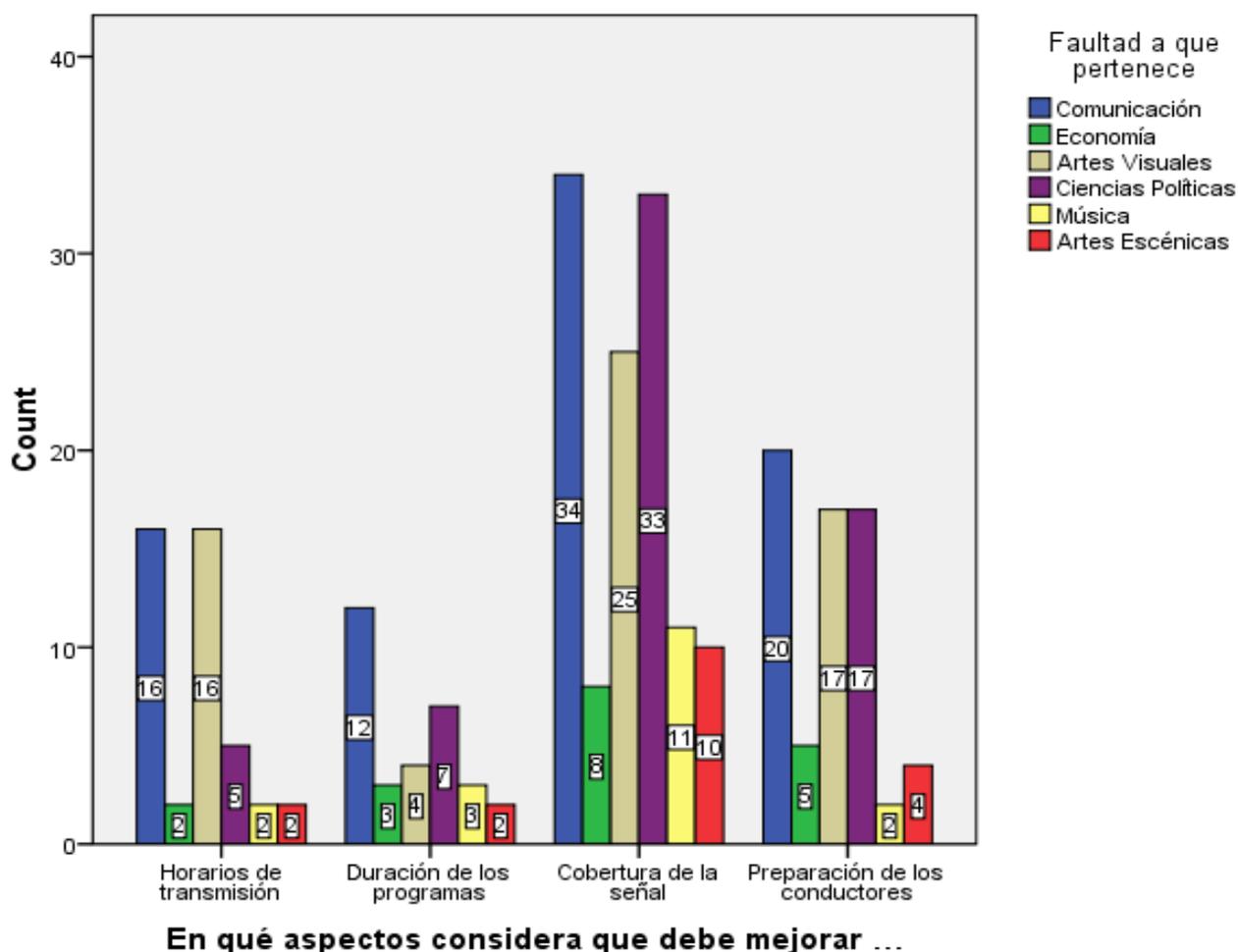


Gráfico No. 27 *Con relación a los aspectos por mejorar en Radio Uni por Facultad*

En el caso de los aspectos por mejorar en el servicio de Radio UNI por facultad de adscripción se encontró que, de los 121 profesores que señalan la ***cobertura de la señal*** como el principal aspecto, 34 profesores (28%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 33 profesores más (27.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 25 profesores (20.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 11 profesores (9%) pertenecen a la Facultad de Música, 10 profesores (8.2%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 8 profesores (6.6%) pertenecena la Facultad de Economía.

En el caso de los 65 profesores que señalan la ***preparación de los conductores*** como el principal aspecto para mejorar el servicio en Radio UNI, 20 profesores (30.7%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 17

profesores más (26.1%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 17 profesores (26.1%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 5 profesores (7.6%) pertenecen a la Facultad de Economía, 4 profesores (6.1%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 2 profesores (3%) pertenecen a la Facultad de Música.

En el caso de los 43 profesores que señalan los *horarios de transmisión* como el principal aspecto para mejorar el servicio en Radio UNI, 16 profesores (37.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 16 profesores (37.2%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 5 profesores más (11.6%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 2 profesores (4.6%) pertenecen a la Facultad de Economía, 2 profesores (4.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 2 profesores (4.6%) pertenecen a la Facultad de Música.

En el caso de los 43 profesores que señalan la *duración de los programas* como el principal aspecto para mejorar el servicio en Radio-Uni, 12 profesores (38.7%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 7 profesores más (22.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 4 profesores (12.9%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 3 profesores (9.6%) pertenecen a la Facultad de Economía, 3 profesores (9.6%) pertenecen a la Facultad de Música y 2 profesores (6.4%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

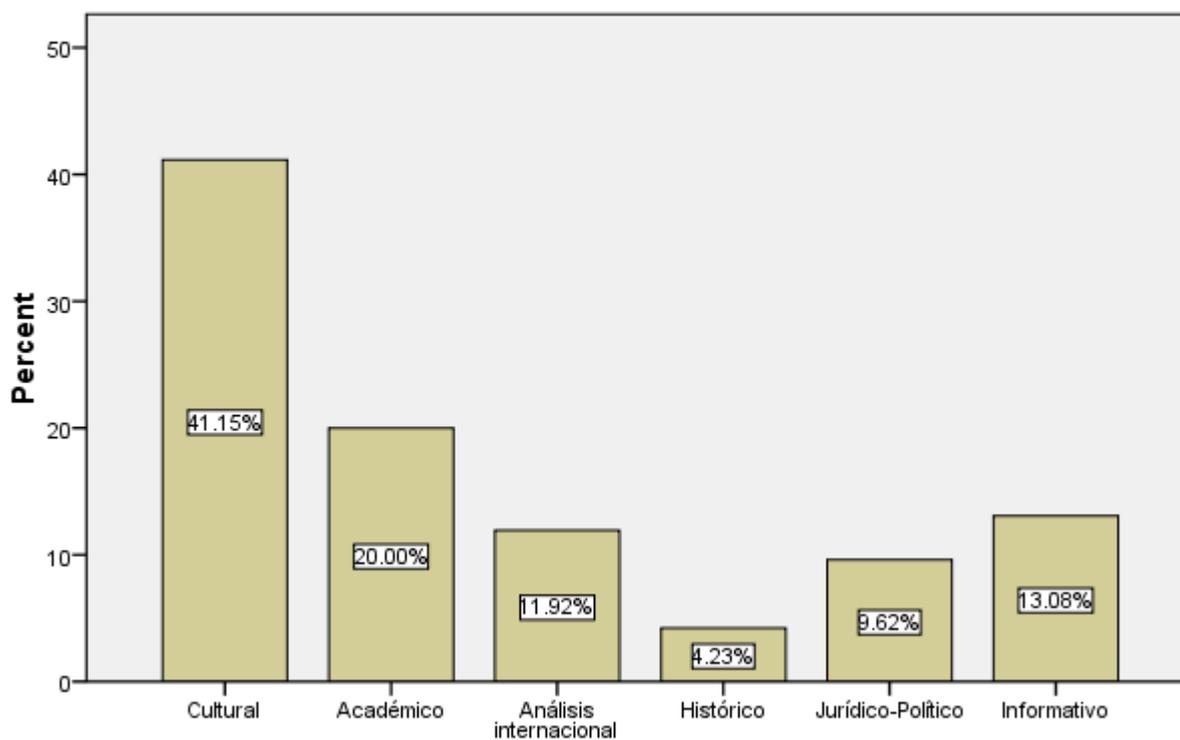
Con relación al tipo de programa que le gustaría que transmita Radio UNI:

Respecto del tipo de programa que le gustaría que transmita Radio UNI se encontró que, de los 260 profesores, 107 profesores (41.2%) señalan los programas culturales, mientras que 52 profesores (20%) señalan los programas académicos, 34 profesores (13.1%) señalan los programas informativos, 31 profesores (11.9%) señalan los programas de análisis internacional, 25 profesores (9.6%) señalan los programas jurídico-políticos, por último 11 profesores (4.2%) señalan los programas históricos.

Tabla 42. Programa que le gustaría que transmita Radio UNI

Tipo de programa que le gustaría que Radio UNI transmita	Frecuencia	Porcentaje
Culturales	107	41.2
Académicos	52	20
Análisis internacional	31	11.9
Históricos	11	4.2
Jurídico-Políticos	25	9.6
Informativos	34	13.1
Total	260	100

Qué tipo de programa le gustaría que transmitiera RadioUNI



Qué tipo de programa le gustaría que transmitiera RadioUNI

Gráfico No. 28 *Con relación al tipo de programa que le gustaría que Radio Uni transmita*

En el caso de los 107 profesores que señalan los *programas culturales*, 51 profesores (48%) son hombres y 56 profesores (52%) son mujeres. En el caso de los 52 profesores que señalan los *programas académicos*, 22 profesores (42%) son hombres y 30 profesores (58%) son mujeres. En el caso de los 34 profesores que señalan los *programas informativos*, 23 profesores (67.6%) son hombres y 11 profesores (32.3%) son mujeres. En el caso de los 31 profesores que señalan los programas de *análisis internacional*, 15 profesores (48.3%) son hombres y 16 profesores (51.6%) son mujeres. En el caso de los 25 profesores que señalan los programas *jurídico-políticos* 13 profesores (52%) son hombres y 12 profesores (48%) son mujeres. Por último, en el caso de los 11 profesores que señalan los *programas históricos* 6 profesores (54.5%) son hombres y 5 profesores (45.4%) son mujeres.

Tabla 43. Programa que le gustaría que transmita Radio UNI por Facultad

	Tipo de programa que le gustaría transmitiera Radio UNI						Total
	Cultural	Académico	Análisis internacional	Histórico	Jurídico-Político	Informativo	
Comunicación	31	16	10	5	11	9	82
Economía	10	2	0	0	4	2	18
Artes Visuales	30	13	7	1	4	7	62
Ciencias Políticas	23	12	10	2	5	10	62
Música	6	4	2	1	0	5	18
Artes Escénicas	7	5	2	2	1	1	18
Total	107	52	31	11	25	34	260

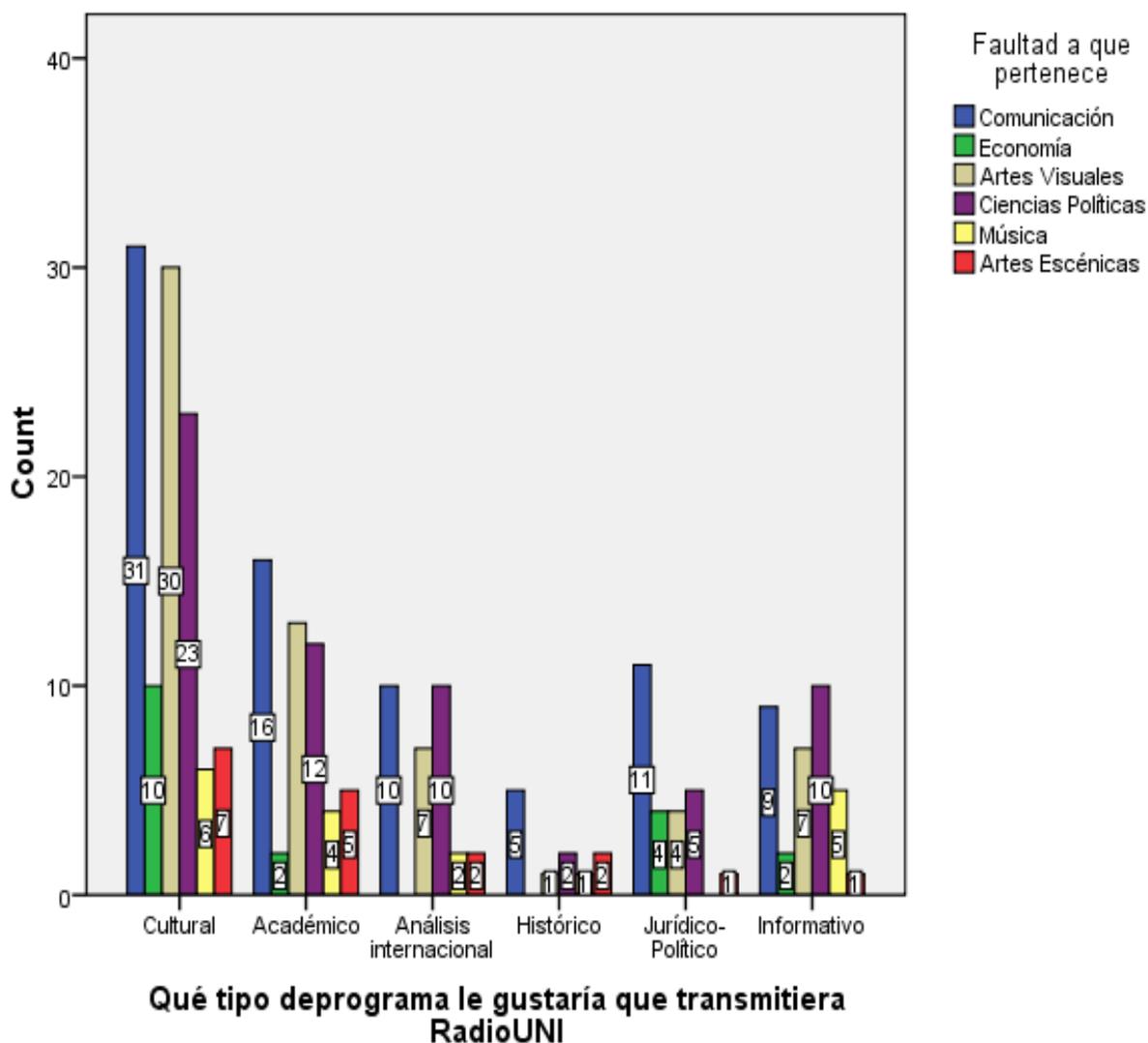


Gráfico No. 29 Con relación al tipo de programa que le gustaría que transmitiera Radio Uni por Facultad

En el caso de los 107 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *programas culturales*, 31 profesores (28.9%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 30 profesores (28%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 23 profesores más (21.4%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 10 profesores (9.3%) pertenecen a la Facultad de Economía, 7 profesores (6.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 3 profesores (2.8%) pertenecen a la Facultad de Música.

En el caso de los 52 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *programas académicos*, 16 profesores (30.7%) pertenecen a la Facultad de

Ciencias de la Comunicación, 13 profesores (28%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 12 profesores más (25%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 5 profesores (9.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 4 profesores (7.6%) pertenecen a la Facultad de Música y 2 profesores (3.8%) pertenecen a la Facultad de Economía.

En el caso de los 34 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *Programas informativos*, 10 profesores (29.4%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 9 profesores (26.4%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 7 profesores (20.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 5 profesores (14.7%) pertenecen a la Facultad de Música, 2 profesores (5.8%) pertenecen a la Facultad de Economía y un profesor (2.9%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

En el caso de los 31 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *programas de análisis internacional*, 10 profesores (32.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 10 profesores (32.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 7 profesores (22.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 2 profesores (6.4%) pertenecen a la Facultad de Música y 2 profesores (6.4%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

En el caso de los 25 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *programas jurídico-político*, 11 profesores (44%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 5 profesores (20%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 4 profesores (16%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 4 profesores (16%) pertenecen a la Facultad de Economía y un profesor (4%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

En el caso de los 11 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *programas históricos*, 5 profesores (45.4%) pertenecen a la Facultad de

Ciencias de la Comunicación, 2 profesores (18%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 2 profesores (18%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 1 profesor (9%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales y un profesor (9%) pertenece a la Facultad de Música.

Con relación al tipo de contenido que le gustaría que transmita Radio UNI:

Respecto del tipo de contenido que le gustaría que transmita Radio UNI se encontró que, de los 260 profesores, 156 profesores (60%) señalan contenidos académicos, mientras que 66 profesores (25.4%) señalan contenidos jurídico-políticos, 20 profesores (7.7%) señalan contenidos de análisis económico, por último 18 profesores (6.9%) señalan los contenidos históricos.

Tabla 44. Contenido que le gustaría que transmita Radio UNI

Contenido que le gustaría Radio UNI	transmita	Frecuencia	Porcentaje
Jurídico-Político		66	25.4
Académicos		156	60
Análisis económico		20	7.7
Histórico		18	6.9
Total		260	100

Qué tipo de contenidos le gustaría que fueran programados en RadioUNI

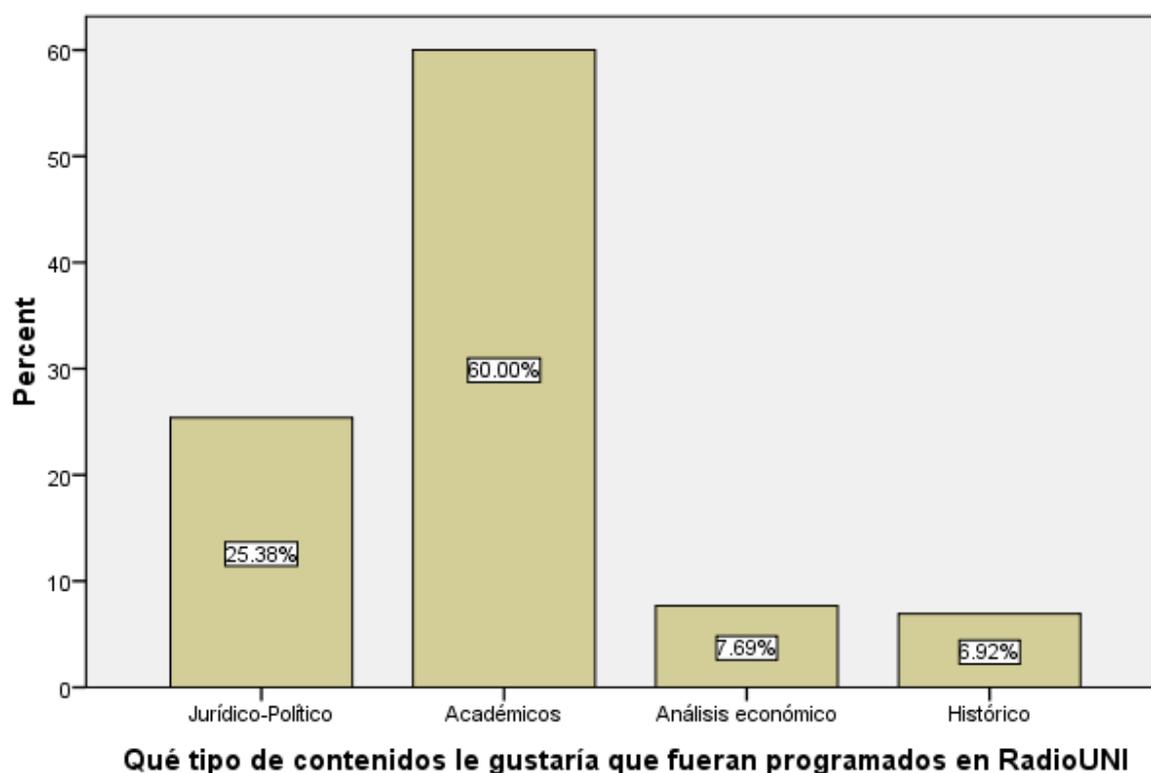


Gráfico No. 30 *Con relación al tipo de contenidos que le gustaría que programara Radio Uni*

En el caso de los 156 profesores que señalan los contenidos académicos, 81 profesores (52%) son hombres y 75 profesores (48%) son mujeres. En el caso de los 66 profesores que señalan los programas jurídico-políticos, 30 profesores (45.4%) son hombres y 36 profesores (54.5%) son mujeres. En el caso de los 20 profesores que señalan los contenidos de análisis económico, 9 profesores (45%) son hombres y 11 profesores (55%) son mujeres. En el caso de los 18 profesores que señalan los contenidos de tipo histórico, 10 profesores (55.5%) son hombres y 8 profesores (44.4%) son mujeres.

Tabla 45. Contenido que le gustaría transmitir Radio UNI por Facultad

Qué tipo de contenidos le gustaría que fueran programados en Radio UNI

	Jurídico-Político	Académicos	Análisis económico	Histórico	Total
Comunicación	23	52	3	4	82
Economía	4	12	1	1	18
Artes Visuales	18	39	2	3	62
Ciencias Políticas	12	34	8	8	62
Música	6	9	3	0	18
Artes Escénicas	3	10	3	2	18
Total	66	156	20	18	260

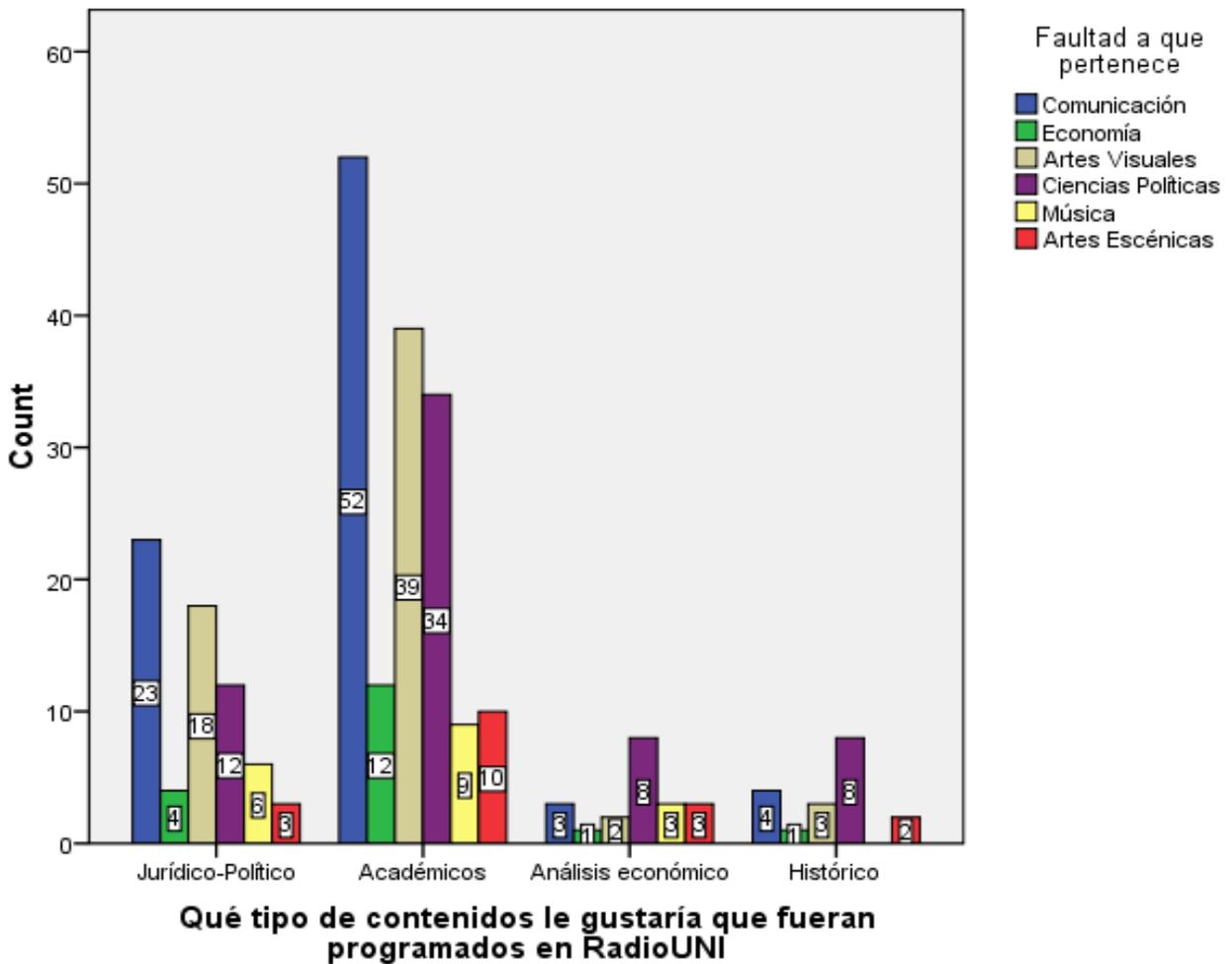


Gráfico No. 31 Con relación al tipo de contenidos que le gustaría que programara Radio Uni por Facultad

En el caso de los 156 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *contenidos académicos*, 52 profesores (33.3%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 39 profesores (25%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 34 profesores más (21.7%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 12 profesores (7.6%) pertenecen a la Facultad de Economía, 10 profesores (6.4%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 9 profesores (5.7%) pertenecen a la Facultad de Música.

En el caso de los 66 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *contenidos jurídico-políticos*, 23 profesores (34.8%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 18 profesores (27.2%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 12 profesores más (18.1%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 6 profesores (9%) pertenecen a la Facultad de Música, 4 profesores (6%) pertenecen a la Facultad de Economía y 3 profesores (4.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

En el caso de los 20 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita contenidos de *análisis económico*, 8 profesores más (40%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 3 profesores (15%) pertenecen a la Facultad de Música, 3 profesores (15%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, 3 profesores (15%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 2 profesores (10%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales y un profesor (5%) pertenecen a la Facultad de Economía.

En el caso de los 18 profesores que señalan que les gustaría que Radio UNI transmita *contenido histórico*, 8 profesores (44.4%) pertenecen a la facultad de Ciencias Políticas, 4 profesores (22.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 3 profesores (16.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 2 profesores (11%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas, y un profesor (5.5%)

pertenecen a la Facultad de Economía.

Con relación al tipo de sugerencia para Radio UNI: Respecto del tipo de sugerencia para mejorar la calidad del servicio en Radio UNI se encontró que, de los 260 profesores, 121 profesores (46.5%) sugieren mejorar la programación, mientras que 92 profesores (34.6%) sugieren establecer una mayor difusión en los campus de la universidad, 29 profesores (11.2%) sugieren profesionalizar al personal que colabora en Radio-Uni y por último 18 profesores (6.9%) sugieren mejorar la cobertura de la señal de Radio UNI.

Tabla 46. Tipo de sugerencia para Radio UNI

Tipo de sugerencia para Radio UNI	Frecuencia	Porcentaje
Mayor difusión en los campus	92	34.6
Mejorar la programación	121	46.5
Profesionalización del personal	29	11.2
Mejorar la cobertura	18	6.9
Total	260	100

Qué tipo de sugerencias haría a RadioUNI

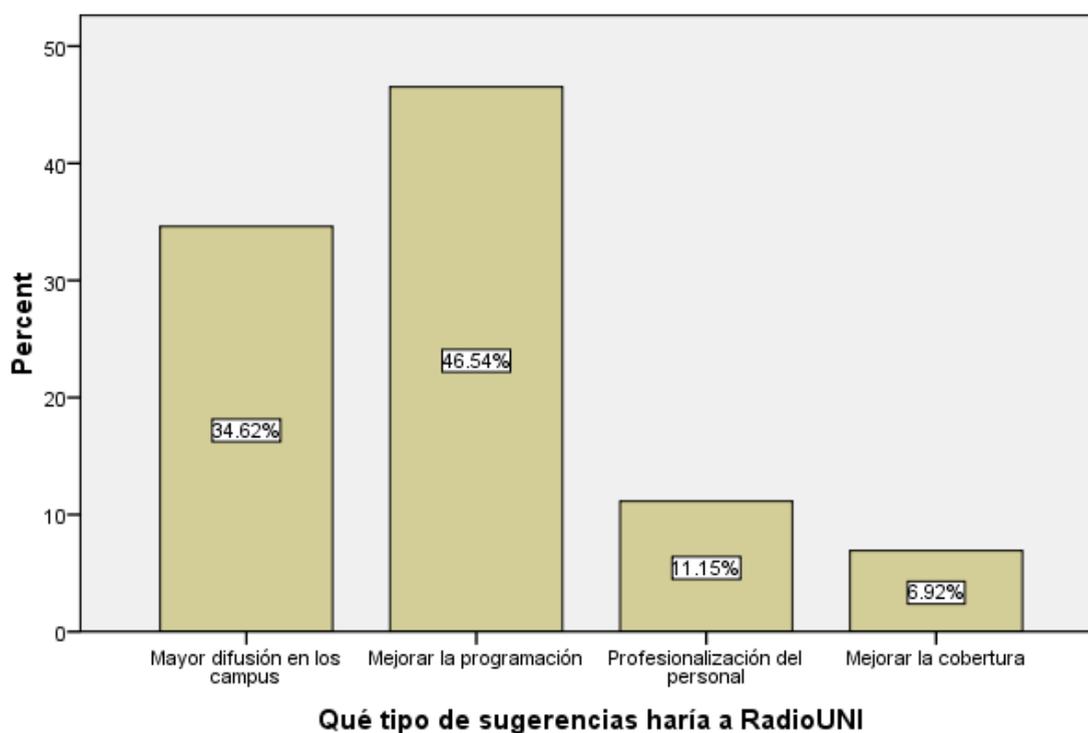


Gráfico No. 32 *Con relación al tipo de sugerencias que haría a Radio Uni*

En el caso de los 123 profesores que sugieren mejorar la programación 60 profesores (49.5%) son hombres y 61 profesores (50.4%) son mujeres. En el caso de los 90 profesores que sugieren establecer una mayor difusión en los campus de la universidad, 36 profesores (40%) son hombres y 54 profesores (60%) son mujeres. En el caso de los 29 profesores que sugieren profesionalizar al personal que colabora en Radio UNI, 21 profesores (72.4%) son hombres y 8 profesores (27.5%) son mujeres. Por último, en el caso de los 18 profesores que sugieren mejorar la cobertura de la señal de Radio-Uni, 12 profesores (72.4%) son hombres y 6 profesores (27.5%) son mujeres.

Tabla 47. Tipo de sugerencia para Radio UNI por Facultad

	Qué tipo de sugerencias haría a Radio UNI				Total
	Mayor difusión en los campus	Mejorar la programación	Profesionalizar al personal	Mejorar la cobertura	
Comunicación	29	37	13	3	82
Economía	8	7	3	0	18
Artes Visuales	24	28	3	7	62
Ciencias Políticas	19	28	10	5	62
Música	6	12	0	0	18
Artes Escénicas	6	9	0	3	18
Total	90	123	29	18	260

Tipo de sugerencia para Radio UNI por Facultad

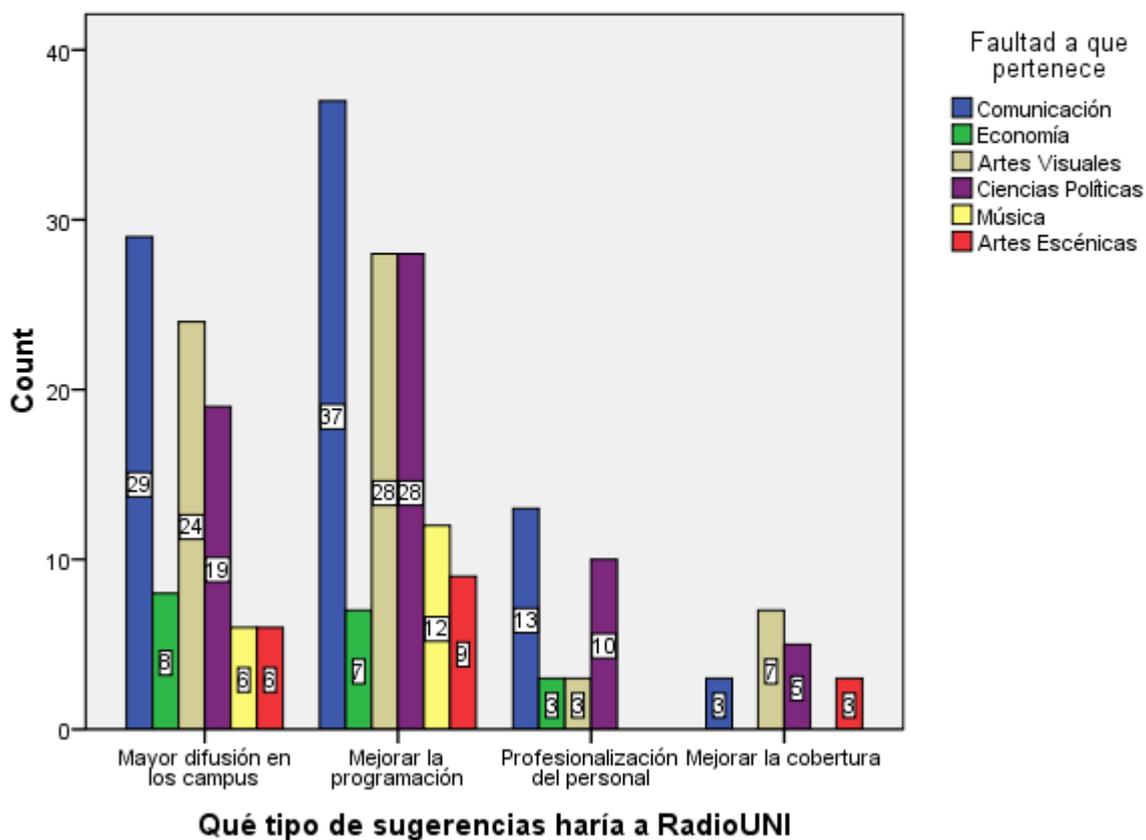


Gráfico No. 33 Con relación al tipo de sugerencias que haría a Radio Uni por Facultad

En el caso de los 123 profesores que sugieren *mejorar la programación* 37 profesores (30%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 29 profesores (23.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 28 profesores (22.7 %) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 13 profesores (10.5%) pertenecen a la Facultad de Música, 9 profesores (7.3%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 7 profesores (5.6%) pertenecen a la Facultad de Economía.

En el caso de los 90 profesores que sugieren *mayor difusión en los campus* 29 profesores (32.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 23 profesores (25.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 19 profesores (21%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 8 profesores (8.8%) pertenecen a la Facultad de Economía, 6 profesores (6.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 5 profesores (5.5%) pertenecen a la Facultad de Música.

En el caso de los 29 profesores que sugieren *profesionalizar al personal* 13 profesores (44.8%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 10 profesores (34.4%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 3 profesores (10.3%) pertenecen la Facultad de Economía, 3 profesores (10.3%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales.

En el caso de los 18 profesores que sugieren *mejorar la cobertura* 7 profesores (38.8%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 5 profesores (27.7%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 3 profesores (16.6%) pertenecen la Facultad de Ciencias de la Comunicación y 3 profesores (16.6%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

Escuchar Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura: Respecto de si escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura, 189 profesores (72.7%) señalan que no, de estos 189 profesores 98 profesores son

hombres (52%) y 91 profesores (48%) son mujeres. Mientras que 71 profesores (27.3%) señalan que sí ha contribuido para diseñar una asignatura, de estos 71 profesores, 32 profesores (45%) son hombres y 39 profesores (55%) son mujeres.

Tabla 48. Escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura

Escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura	Frecuencia	Porcentaje
Sí	71	27.3
No	189	72.7
Total	260	100

Escuchar un programa de RadioUNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura

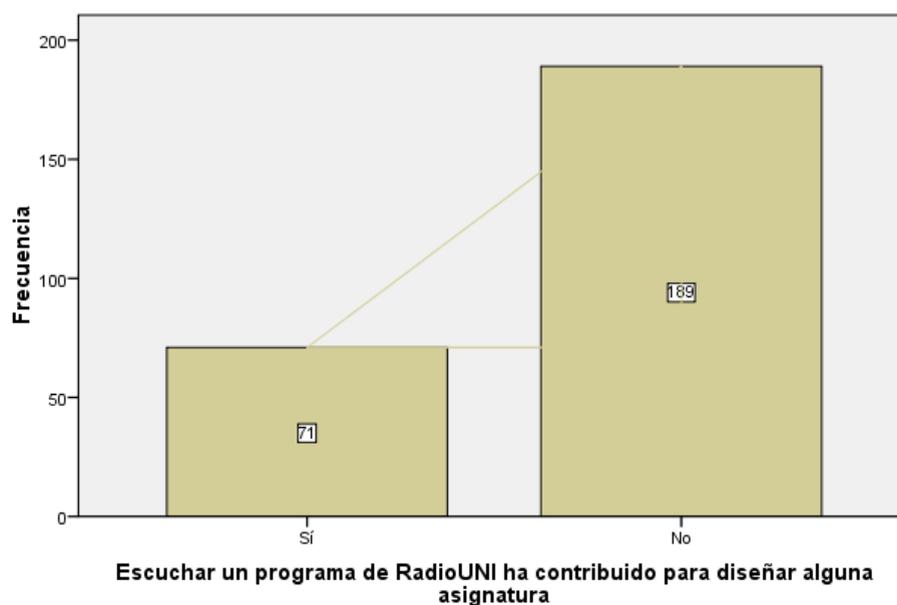


Gráfico No. 34 Con relación a si escuchar un programa de Radio Uni ha contribuido para diseñar alguna asignatura

En el caso de los 189 profesores que señalan que *el haber escuchado un programa de RadioUNI no ha contribuido para diseñar una asignatura* 52 profesores (27.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 48 profesores (25.3%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 43 profesores (23.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 16 profesores (22.7%) pertenecen a la Facultad de Economía, 15 profesores (7.9%) pertenecen a la Facultad de Música y 15 profesores (7.9%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas.

Tabla 49. Escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura por Facultad

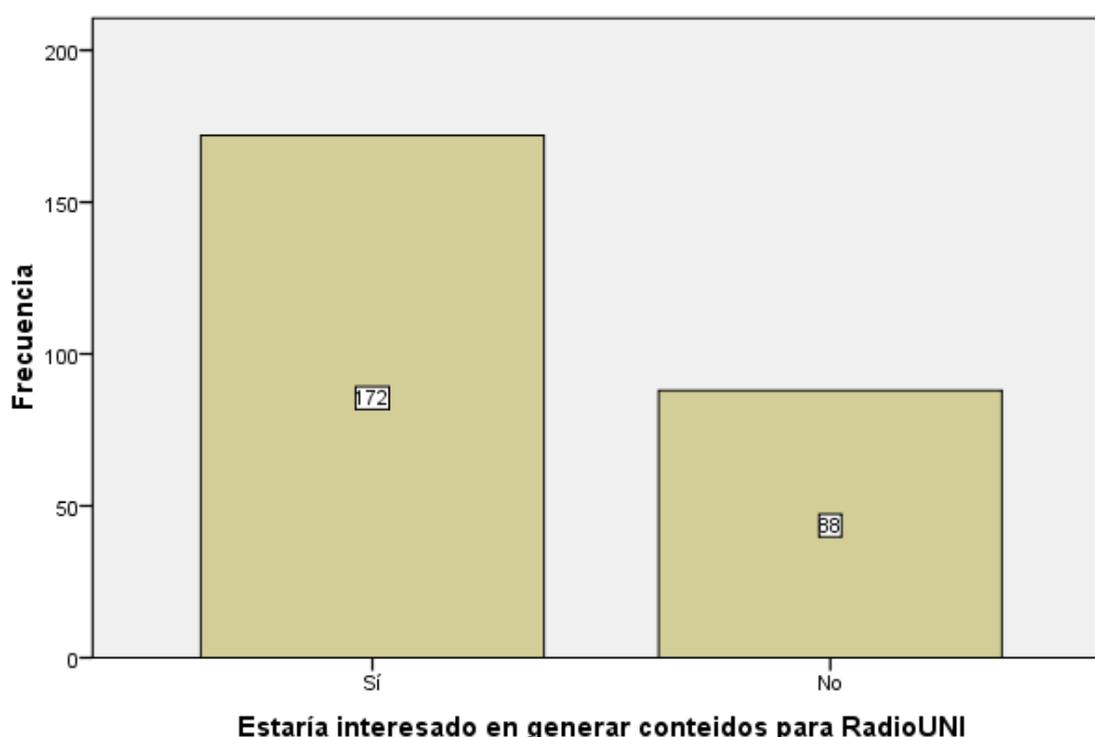
	Escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura		Total
	Sí	No	
Comunicación	30	52	82
Economía	2	16	18
Artes Visuales	19	43	62
Ciencias Políticas	14	48	62
Música	3	15	18
Artes Escénicas	3	15	18
Total	71	189	260

En el caso de los 71 profesores que señalan que *el haber escuchado un programa de Radio UNI sí ha contribuido para diseñar una asignatura* 30 profesores (42.2%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 19 profesores (26.7%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 14 profesores (19.7%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 3 profesores (4.2%) pertenecen a la Facultad de Música y 3 profesores (4.2%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 2 profesores (2.8%) pertenecen a la Facultad de Economía.

Tabla 50. Estaría interesado en generar contenidos para Radio UNI

Interés en generar contenidos para Radio UNI	Frecuencia	Porcentaje
Sí	172	66.2
No	88	33.8
Total	260	100

Estaría interesado en generar conteidos para RadioUNI



Gráfico

No. 35 *Con relación a si escuchar un programa de Radio Uni ha contribuido para diseñar alguna asignatura*

Estaría interesado en generar contenidos para Radio UNI: Respecto de si estuviese interesado en generar contenidos para Radio-Uni, 172 profesores (66.2%) señalan que sí estarían, de estos 172 profesores 88 profesores son hombres (51%) y 84 profesores (49%) son mujeres. Mientras que 88 profesores (33.8%) señalan que no estarían interesados, de estos 88 profesores, 42 profesores (48%) son hombres y 46 profesores (52%) son mujeres.

En el caso de los 172 profesores que señalan que *sí estarían interesados en generar contenidos para Radio UNI*, 56 profesores (32.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la

Comunicación, 39 profesores (22.6%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 33 profesores (19%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 16 profesores (9.3%) pertenecen a la Facultad de Música y 14 profesores (8.1%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 14 profesores (8.1%) pertenecen a la Facultad de Economía.

Tabla 51. Estaría interesado en generar contenidos para Radio UNI

	Estaría interesado en generar contenidos para Radio UNI		Total
	Sí	No	
Comunicación	56	26	82
Economía	14	4	18
Artes Visuales	33	29	62
Ciencias Políticas	39	23	62
Música	16	2	18
Artes Escénicas	14	4	18
Total	172	88	260

Estaría interesado en generar contenidos para Radio Uni

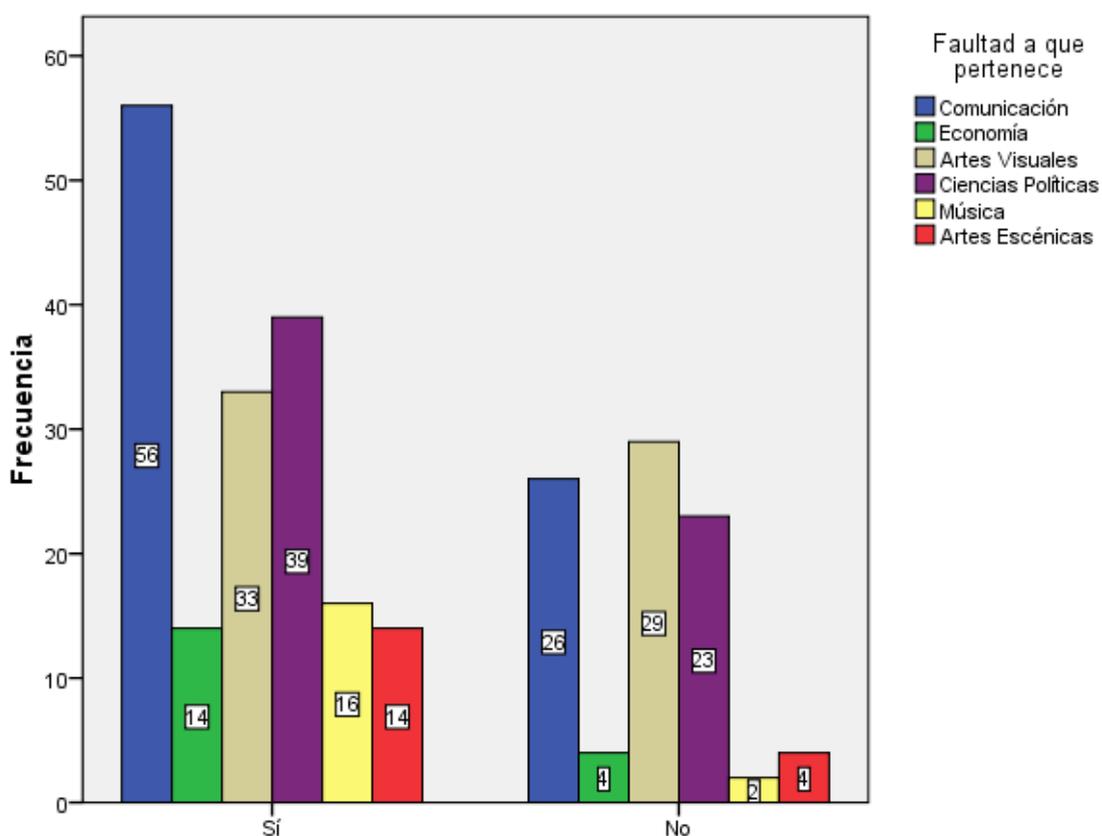


Gráfico No. 36 *Con relación a si escuchar un programa de Radio Uni ha contribuido para diseñar alguna asignatura*

En el caso de los 88 profesores que señalan que no estarían interesados en generar contenidos para Radio UNI, 29 profesores (32.9%) pertenecen a la Facultad de Artes Visuales, 26 profesores (29.5%) pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, 23 profesores (26%) pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas, 4 profesores (4.5%) pertenecen a la Facultad de Economía, 4 profesores (4.5%) pertenecen a la Facultad de Artes Escénicas y 2 profesores (2.2%) pertenecen a la Facultad de Música.

Conclusiones

En el presente apartado se integra una serie de conclusiones derivadas de los objetivos de la investigación y los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo, realizado con el grupo de estudiantes y el grupo de profesores de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Las conclusiones del proceso de investigación, relativas al grupo de estudiantes, profesores, administrativos y trabajadores se establecen enseguida, con relación al orden y orientación de cada uno de los objetivos que han dirigido las etapas de la misma. La secuencia establecida se genera a partir del desarrollo de cada uno de los cuatro objetivos específicos de la investigación desarrollada:

1. Analizar las preferencias de contenidos radiofónicos de la comunidad universitaria.
2. Diagnosticar el acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL.
3. Determinar el perfil del radioescucha universitario.

1. Sobre las preferencias de contenidos radiofónicos de la comunidad universitaria:

La mayoría de los estudiantes escucha *programas musicales* (72.8%), de este subgrupo la mayoría de los estudiantes son mujeres (56.4%), en orden descendente le sigue la preferencia por escuchar programas *culturales* (12%) de este subgrupo de estudiantes también la mayoría son mujeres (87.2%), enseguida se encuentra la preferencia por *programas informativos* (7.2%), en este subgrupo también la mayoría de los estudiantes son mujeres (81.8%), por último aparece la preferencia por *programas deportivos* (6.5%), solo en este subgrupo la mayoría de los estudiantes son hombres (80%).

- En el caso del subgrupo de los 258 estudiantes que sí escuchan Radio UNI, respecto del tipo de programa escuchado, los *programas musicales* (10.4%) son los más escuchados, le siguen los programas informativos (8.1%), enseguida se

encuentran los *programas de salud* (5.0%), le siguen los programas de entrevistas (3.4%), la mayoría de los estudiantes (70.1%) señala *que no escucha ninguna* de las opciones de programas establecidas como posible respuesta. Al cuestionar a los estudiantes sobre su opinión sobre Radio UNI, el 16% opina que a la estación le *falta mayor difusión*, mientras que solo el 8.9% señala que la estación tiene *buena programación*.

- Sobre el tipo de programa que le gustaría que transmitiera Radio UNI, en el subgrupo de estudiantes que sí escucha la estación de radio se encontró que, los *programas de espiritualidad* fueron los que con mayor frecuencia se señalaron (12.4%), le siguen los *programas musicales* (8.5%), los *programas de ciencia* (3.1) y los *programas culturales* (3.1%). Dentro del subgrupo de estudiantes que no escucha la estación de radio se encontró que también los *programas de espiritualidad* fueron los que con mayor frecuencia se señalaron (11.6%), le siguen los *programas musicales* (5.5%), los *programas de ciencia* (2.6) y los *programas culturales* (2.6%).
- Es interesante observar la coincidencia en esta expectativa de ambos subgrupos por programas de espiritualidad, aunque en ambos casos, no representan la mayoría de los estudiantes inmersos en la muestra o en cada subgrupo.
- Los programas culturales y programas de ciencia, no son sugeridos o preferidos por los grupos de estudiantes, es posible que esto tenga que ver con la forma en que ambos tipos de programas se genera o producen, además de evaluar si en la producción realmente intervienen equipos de alumnos, docentes, investigadores y académicos de la UANL para orientar la producción radiofónica hacia los programas curriculares y los esquemas o modelos de investigación, dentro de cada carrera o facultad, o bien, generar equipos interinstitucionales, con académicos, investigadores y estudiantes de diversas carreras y facultades en un mismo esquema y plan de trabajo.

- Respecto al tipo de programa que transmite Radio UNI que está relacionado con la carrera de los estudiantes, se encontró que el mayor número de frecuencias se concentró en los *programas deportivos, musicales e informativos* (9.3%), le sigue los *programas musicales* como opción única (5.8%), enseguida se encuentra los *programas de entrevistas* (3.9%) y por último el *programa Gaceta/Naranja* (2.7%), la mayoría de los estudiantes no contestaron a esta pregunta (78.3%).
- Del grupo total de los 638 estudiantes 405 estudiantes (63.5% señalan que, sí sabían que la UANL tenía una estación de radio, antes de contestar el cuestionario, mientras que 233 estudiantes (36.5) señalan que no lo sabían. Esto permite afirmar que a pesar de que un buen número de estudiantes conoce que existe una estación de radio universitaria, sus intereses y expectativas no se ven reflejadas dentro de la programación formal de la misma.
- ***Sobre el perfil del radioescucha profesor universitario:*** El 75% de los profesores posee estudios de maestría, el 16.2 cuenta con doctorado y el 8.8% estudios de licenciatura. El 96.2% de los profesores ha escuchado radio en los últimos doce meses. El lugar o espacio donde escucha radio es el auto, preponderantemente. En el caso de los profesores es evidente que la radio continúa formando parte de sus preferencias de consumo cultural. Prácticamente todos (96.2%) han sintonizado alguna estación de radio durante los últimos doce meses, lo que revela que se trata de una población que por sus características generacionales es la que potencialmente podría ser captada por Radio UNI si se atendieran sus principales intereses en la programación.
- Una de las principales condiciones para la escucha de la radio por parte de los

docentes es que se trasladan en auto propio y ello les permite tener acceso a un equipo personal, una condición que junto con los tiempos de traslado, que en su mayoría son de entre una y dos horas (46.2% y 45% respectivamente), constituyen un mercado meta factible de captarse.

- ***Sobre los intereses de contenido y programación de los profesores.*** El tipo de programas que los profesores escuchan son los informativos (51.5%), le siguen los programas musicales con 27.7% y solo el 13.1% programas culturales. De Radio UNI les gustan los informativos 33.5% y musicales 31.5%
- Debido a lo anteriormente expuesto, si se atendieran sus demandas sobre tipos de programas, serían una audiencia cautiva de Radio UNI, ya que gustan del medio y tienen las condiciones para su consumo. Actualmente su preferencia está dispersa entre estaciones comerciales de FM que transmiten programas de noticias (51.5%), musicales (27.7%) culturales (13.1%) y deportivos (7.7%), pero si radio UNI integrara en su oferta una programación que los cautivara, los profesores podrían consumir este producto cultural de su institución.
- Una tercera parte de los profesores que sí consumen Radio UNI prefiere los programas informativos de la estación (33.5%), seguidos por los que escuchan musicales (31.5%), junto con los programas de entrevistas (20%) lo que representa que ese tipo de programas son los que principalmente atienden los profesores que sí sintonizan la estación. Con ello, la oferta de Radio UNI se mantiene alejada de las preferencias de los profesores que sí escuchan la estación institucional.
- Además de las preferencias anteriormente mencionadas, la inclusión de programas especiales (además de música y noticias) es una necesidad identificada que debería considerarse en la cartilla programática de Radio UNI. La falta de penetración de Radio UNI entre la comunidad docente de la Universidad obedece a diversas razones, entre las que destacan los problemas de cobertura por una señal insuficiente, que señala casi la mitad de los docentes (46.5%), aunque entre los aspectos a mejorar también

contemplan la preparación de los conductores (25%) y los horarios de transmisión (16.5%).

- Para conseguir la preferencia entre la comunidad académica, Radio UNI debería atender las demandas de programas culturales (41.2%), de contenido académico (20%) e informativos (13.1%), que son los principales intereses que manifiestan los profesores respecto de la programación que le gustaría que se incluyera, aunque también conceden importancia a los programas sobre temas jurídico-políticos y de análisis internacional.
- Es relevante la necesidad de incluir programas académicos que aborden problemáticas relacionadas con los temas que se tratan en las áreas de conocimiento de las facultades, en este caso del Campus Mederos, donde se ubica la estación de radio. En ese sentido, a los profesores les gustaría que se abordaran programas sobre temas académicos (60%), sobre temas jurídico-político (25.4%) y en menor medida sobre análisis económico (7.7%) e histórico (6.9%).
- Los planteamientos tienen una clara relación con las sugerencias que hacen los docentes hacia Radio UNI de mejorar la programación (46.5%), seguida de la necesidad de una mayor difusión entre los campus de la Universidad (35.4%). En menor medida los profesores mencionan la necesidad de profesionalizar al personal (11.2%) y mejorar la cobertura (11.2%).

Si se considera relevante la importancia de una Radio universitaria en la medida en que permite la difusión del conocimiento y de la cultura, así como el apoyo a la función sustantiva de la universidad, que es la docencia, resulta fundamental que los profesores expresen que los contenidos de la estación no han contribuido para el diseño de alguna

asignatura (72.7%).

La disponibilidad que manifiestan dos terceras partes de los profesores para participar con la generación de contenidos para Radio UNI (66.2%) constituye una oportunidad de potenciar el talento y capital humano de la planta docente en la producción de programas que aborden los principales avances de la ciencia, la cultura y las artes.

2.- Sobre el acceso, uso y preferencias de la radio universitaria para el mejoramiento de la programación mediática de la UANL: Respecto *del acceso* del radioescucha a la programación radiofónica, se encontró que en el grupo de estudiantes, el lugar con mayor número de frecuencias es *el auto* (66.7%), le sigue *la casa* (19%) y el transporte *público* (11.5%), el lugar donde escucha radio el estudiante, con menor número de frecuencias encontradas es la respectiva *facultad* (2.6%). En el caso de los estudiantes que tiene acceso a escuchar radio en el auto, se identifica más del 85% de ellos escucha radio entre una hora y dos diariamente. Los medios para escuchar radio con el menor número de frecuencias *el radio de transporte público y la computadora portátil*. Entre las principales motivaciones del estudiante universitario para consumir la programación de Radio UNI 89.7, está escuchar programación musical en el trayecto hacia el campus universitario, primordialmente con sintonización en el auto así como contar con diversidad de temas. En cuanto al profesor universitario además de hacerlo en el trayecto, sintonizándolo en el automóvil, los programas informativos los motivan a consumir Radio UNI 89.7.

Las principales motivaciones para consumir la programación de Radio UNI 89.7 se debe a la facilidad de sintonizarlo en el automóvil, sobre todo en el trayecto de casa hacia el campus universitario, así como al profesor para hacer su trabajo. En cuanto a la programación la principal motivación se relaciona con programas musicales para el estudiante, mientras que para el profesor la principal motivación se centra en el acceso a los programas informativos.

- ***El tiempo que escucha radio al día:*** Se encontró que la mayoría del grupo de estudiantes escucha radio *una hora* (55.3%), de este subgrupo la mayoría de los estudiantes está integrada por mujeres (68%), le sigue el subgrupo de estudiantes que escucha radio *dos horas* al día (30.1%), en este subgrupo también se encontró que el grupo de mujeres era mayoría (67%), un subgrupo menor de estudiantes señala escuchar radio 3 horas al día (6.7%), 5 horas al día (4.8%) y 5 horas al día (2.8%).
 - ***Preferencia por una estación de radio en particular:*** Las estaciones de radio 104.5 (Planeta Online) y Radio-UNI, fueron las estaciones señaladas con mayor número de frecuencias, con el 34.5 y 28.4% respectivamente, en orden descendente le sigue la estación 109.6 (Classic) con el 20.5%. Ambas estaciones de radio 104.5 y 106.9 son estaciones de radio comercial con una programación radiofónica exclusivamente musical.
3. ***Sobre el perfil del radioescucha universitario:*** Al considerar la búsqueda del perfil del radioescucha universitario, se encontró que la mayor parte del grupo (71.6%) sí escuchaba radio, casi una tercera parte del grupo de estudiantes (28.3%), no escucha radio. *Las edades* con mayor frecuencia entre los radioescuchas se encuentran entre los 19, 22 y 23 años. La edad de los estudiantes radioescucha con menor frecuencia es la de 18 años. La mayor parte del subgrupo de estudiantes que sí escucha radio, son mujeres y representan el 63% del grupo, los hombres representan solo el 37% del total de estudiantes.

En el caso de los estudiantes que sí escuchan Radio-Uni, la mayoría de los estudiantes también son mujeres, en este caso son 147 y representan el 57% mientras que los

hombres son 111 estudiantes y representan el 43%. Respecto de *las carreras profesionales* a las que pertenecen los estudiantes, se encontró que el mayor número de frecuencias se estableció entre los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación y la carrera de Ciencias Políticas y Administración Pública. La carrera en donde se encontró el menor número de frecuencias fue la carrera de Música.

Sobre los intereses de programación y contenido de los universitarios: Los alumnos consumen la radio universitaria de una a dos horas, siempre y cuando asistan al campus universitario. Los profesores universitarios también consumen Radio UNI entre una y dos horas primordialmente. Los alumnos tanto en la radio comercial como en la radio universitaria prefieren los programas musicales. Estas preferencias están determinadas por el género del radioescucha, ya que las mujeres son las que más consumen este tipo de programación.

Estas preferencias concuerdan con las preferencias de aquellos individuos que escuchan la radio en general las cuales está determinada por la edad y son los individuos entre 19 – 23 años de edad que también prefieren los programas musicales. Mientras tanto, los profesores universitarios prefieren los contenidos informativos, y las edades oscilan entre los 31 – 35 años. Cabe destacar que los programas son realizados por personal sin necesariamente haber tenido una carrera universitaria, solo los conductores en programas especiales son los cuales gracias a su experiencia presentan la información.

Los programas sobre espiritualidad serían atractivos para los estudiantes universitarios, mientras que para los profesores universitarios los programas culturales serían de mayor consumo. Tanto para estudiantes como profesores para atraer más radioescuchas estaría darle mayor difusión a la estación como contar con mayor cobertura. Por lo tanto, el perfil del radioescucha en el rol de alumno sería el

siguiente:

- Género mujer de entre 19 y 23 años de edad, la cual se traslada en coche, consumiendo programación musical entre 1 y 2 horas; estudia en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública.

En cuanto al docente el perfil sería el siguiente:

- Género indistinto entre 31 y 35 años, los cuales se trasladan en coche, consumiendo programas informativos entre 1 y 2 horas; trabajando en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

El desarrollo de actividades, cobertura, programación radiofónica al interior de cada una de las tres radios universitarias en el estado de Nuevo León pudo ser evidenciado, también se evidenció la fragmentación que prevalece entre ellos. Cada una de las universidades se plantea al interior como objetivo de contribuir desde su compromiso formativo sobre los grupos de alumnos, conducidos y dirigidos por diversos maestros. En todos los casos, las posibilidades de maniobrar y decidir desde la autonomía profesional se observa limitada por un acotamiento institucional o institucionalizado.

Uno de los principales obstáculos recurrentes lo conforma la total dependencia económica de la estructura y organización de la radio universitaria para con las Rectorías de cada universidad, a pesar de que las radios universitarias mantengan una administración y coordinación directa desde un departamento – como se denomina la base organizacional en la universidad privada- o bien en de un facultad específica, en las universidades públicas. Es probable que la radio siga vigente en el mundo como una herramienta de comunicación social y educativa, sin embargo, en el caso de la radio universitaria, particularmente

Radio-UNI a partir de los resultados obtenidos, podemos concluir que ésta ha perdido espacio y cobertura en la vida estudiantil y en la comunidad universitaria. Es vital el subrayar que, de acuerdo a los datos y resultados obtenidos al entrevista a cada uno de los directores de las radios universitarias, actualmente la estructura organizacional de la radio universitaria experimenta un paradigma organizacional institucionalizante e institucionalizado, el cual disminuye las posibilidades de que la radio universitaria cubra y cumpla su labor y rol social de manera cabal.

La relación para con la comunidad universitaria y para con la comunidad en general, se percibe lejana y distante, en todos los casos, dando como resultante una relación débil y poco significativa en los procesos sociales o de cambio y transferencia social.

Es conveniente apelar al desarrollo de un pensamiento o visión unificada en el que los elementos primordiales, como actores y personajes dentro y fuera de la radio universitaria, puedan contribuir con ideas y planteamientos para que la radio universitaria vuelva a visualizarse como un medio para y no como un fin en sí mismo, como una herramienta útil para y de la sociedad misma y no como un logro en términos de contar con ella como parte de los activos fijos de la organización.

Bibliografía

Aceves, F. (2009). *Tímpano: Escucha: Propuesta de un programa de radio arte para radiouniversitaria*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Departamento de Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/aceves_p_f/

Aguaded, I. y Martín-Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias:

Panorama internacional y perspectivas futuras. *Revista Chasqui*, 124, 63- 70

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:KoDV9taXeIYJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791043.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=m>

x

Cabero, J. y Llorente, M. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información (TIC). *Eduweb. Revista de*

Tecnología de Información y Comunicación en Educación, 2, 11-22.

<http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/eduweb/v7n2/art01.pdf>.

Casajús, L. (2012). La radio universitaria en las redes sociales: características y

posibilidades de desarrollo en un nuevo entorno. En C. Espino y D. Martín-Pena

(Ed), *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*, (53-67). UOC

Casajús, L. y Vázquez-Guerrero, M. (2014). Los jóvenes prosumidores en la radio

universitaria 2.0: un perfil en construcción. *EDMETIC, Revista de Educación*

Mediática y TIC, 3, 87-111.

<http://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/2882/2792>

- Cavallo, T. (2014). Panel Radio Internacional Universitaria . *Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe*. <https://soundcloud.com/rrulac/panel-radio-internacional>
- Cavanagh, R. (2009). *International Approaches to Funding Community and Campus Radio*. Ottawa, Canada: Canadian Radio - Television and Telecommunications Commission.
- Cultura UNAM (2017). 80 años de Radio UNAM. *Página de la Dirección de Cultura de la UNAM*. <http://www.radio.unam.mx/80-anos-de-radio-unam/>
- Contreras, P., González, M. y Aguaded, J. I. (2014). Programar una radio social en la universidad: el propósito de Penélope de UniRadio. *Revista EDMETIC*, 1, 112-130.
- Cortés, J., Barceló, T. y González, L. (2021). Audiencias transmedia y la medición de la televisión: propuesta para el cálculo de la audiencia híbrida total. *Virtualis*, 12 (22), pp. 31-55, ISSN 2007-2678.
- Cresswell, J. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Chávez, K. (17 de octubre de 2017). Ibero radio la primera radio universitaria con señal digital. *Blogroll. Los múltiples rostros de la radio universitaria iberoamericana* <https://radioyuniversidad.wordpress.com/2017/10/17/ibero-radio-la-primera-radio-universitaria-con-senal-digital/>
- De la Fuente, S., Morales, J. y Alvarado, H. (2013). Medios Alternativos de Información y Comunicación en Tec Milenio, en Monterrey, Nuevo León. Ponencia en el V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna, diciembre 2013.
- De Miguel, M. (2005). Cambio de paradigma metodológico de la Educación Superior. Exigencias que conlleva. *Cuadernos de Integración Europea* , 2, 16-27.

http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/187445/cambio_Miguel_CIE_2005.pdf?sequence=4&isAllowed=y

De Quevedo, L. (2004). La radio en la difusión universitaria. la búsqueda de sentido.

Reencuentro. Análisis de Problemas Universitarios, (39), 107-115.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=340/34003914>

Flores, J. y Gutiérrez, A. (2019). Media Education in Mexico. For the Formation of a CriticCitizenship. En J. Mateus (Ed.) *Media Education in Latin America*. (106-122). Routledge.

Forbes Staff. (2019). San Pedro Garza García es la ciudad con mejor calidad de vida en

México: GCE. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/san-pedro-garza-garcia-es-la-ciudad-con-mejor-calidad-de-vida-en-mexico/>

Forero, J. y Céspedes, F. (2018). La radio. *La recepción, las audiencias, los hábitos de*

consumo y la producción de contenidos. <https://www.ucm.edu.co/la-radio-la-percepcion-las-audiencias-los-habitos-de-consumo-y-la-produccion-de-contenidos/>

González-Conde, M., Zamorra-López, M. y Salgado-Santamaría, C. (2018). Radios universitarias: plurales, abiertas y participativas. *Revista Mediterránea de Comunicación. /Mediterranean Journal of Communication*, 9(1), 117-135.

<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.7>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*, México:McGraw-Hill

Larrañaga, J. (2014). Inicio y desarrollo de la radio universitaria. América y Europa.

Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología). 1-4

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero101/inicio-y-desarrollo-de-la-radio-universitaria-america-y-europa/?output=pdf>

- Lazo, C. y Martín Pena, D. (2014). Investigaciones sobre radio universitaria: Presente, pasado y futuro. *Edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 8-25.
https://www.researchgate.net/publication/317145932_Investigacion_en_radio_universitaria_Presente_pasado_y_futuro
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.
- Marín-Pena, D. y Ortiz, M., y (1997). *Las Radios Universitarias en América y Europa*. Editorial Fragua.
- Núñez Fernández, V., Aceituno-Aceituno, P., Lanza Escobedo, D. y Sánchez Fernández, A. (2022). La radio escolar como recurso para el desarrollo de la competencia mediática. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(1), 179-190. <https://doi.org/10.5209/esmp.77511>
- Mejía, J. (19072). *Historia de la radio y la televisión en México*.
https://books.google.co.cr/books/about/Historia_de_la_radio_y_la_televisi%C3%B3n_en.html?id=FSw_AAAAYAAJ
- Merayo Pérez, A. (2000). *Identidad, sentido y uso de la radio educativa*. [Comunicación en congreso]. III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000, pp. 387-404.
- Merayo, A. (2007). *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Moreno, I. (2019). La radio en México, más viva que nunca. *Gaceta UNAM*.
<https://www.gaceta.unam.mx/la-radio-en-mexico-mas-viva-que-nunca/>
- Mullo-López, A. H., Yaguana-Romero, H. A. y Alvarez-Garzón, L. C. (2017). Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto

analógico y digital. *Razón Y Palabra*, 98, 118–149.

<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1048>

Ortiz, M. (1997). La Radio Universitaria: Radio Universidad de la UABC. *Revista de la Educación Superior* (103) 1-9.

<http://publicaciones.anuies.mx/revista/103/2/3/es/la-radio-universitaria-radio-universidad-de-la-uabc>

Ortíz Sobrino, M., Rodríguez Barba, D. y Cheval, J. (2014). La radio universitaria en el sigloXXI: perspectiva hispano-francesa. The university radio in the XXI century: spanish- franco perspective. *Edmetic. Revista de Educación Mediática y TIC*, 1, 61-86. file:///Users/almagutierrezleyton/Downloads/2881-

Texto%20del%20art%C3%ADculo-2890-1-10-20150105.pdf

Padilla, J. L. y Saida, A. (2007). Evaluación de cuestionarios mediante procedimientos cognitivos. *Avances en medición*, 5,115-126.

<https://xdoc.mx/documents/evaluacion-de-cuestionarios-mediante-procedimientos-cognitivos-607fa59dcb6e0>

PNUD. (2014). Índice de desarrollo humano municipal en México: nueva metodología del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo en México. *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)*.

<https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/library/poverty/idh-municipal-en-mexico--nueva-metodologia.html>

Páramo Morales, Dagoberto. (2015). La teoría fundamental (Grounded Theory),

metodología cualitativa de investigación científica. *Pensamiento & Gestión*,

(39), 1-7. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-

[62762015000200001&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762015000200001&lng=en&tlng=es)

- Pepino, A. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. Origen, evolución y perspectivas*. Universidad Autónoma Metropolitana y Plaza y Valdez, S. A.de C. V.
https://books.google.com.mx/books?id=4aeKk7xzSjMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pombo San Miguel, N. (2017). La comunicación de la salud y la solidaridad y las tecnologías de la información y la comunicación. *Derecom*, 23, 01-26,
<http://www.derecom.com/derecom/>
- Rodríguez, A. (1998). La acústica y la comunicación audiovisual. En Rodríguez, A. (Ed.). *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós.
- Romo, C. (1991). Las radiodifusoras no comerciales en México. Una diversidad de opciones en crecimiento. *Revista Renglones*, 15, 19-23.
<https://rei.iteso.mx/xmlui/themes/Mirage2/bookview/template.html?path=/bitstream/handle/11117/1813/renglones15eltemacristinaromo.pdf?sequence=2&isAllowed=y#page=1>
- RRUE (2015). Página web de la red de Radios Universitarias del Ecuador. Post sin título. [http://www.rrue.org/?page_id=78\(06/02/2015\)](http://www.rrue.org/?page_id=78(06/02/2015)).
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2002). x
- Soengas-Pérez, López-Cepeda, A. y Sixto-García, J. (2019). Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1056-1070.
<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1371/54es.html>
- Slotten, R.H. (2006). Universities, public service radio and the americans y stem' of commercial broadcasting, 1921-40. *Media History*, 12, 253-272.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13688800601013969>

- Suing, A., Ordóñez, K. y Herrero-Gutiérrez, F. J. (2020). La coexistencia de la radio y las redes sociales en el proceso de convergencia mediática en España. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, núm. extraordinari 2020, 1-16. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3206>>
- UANL (2018). Dirección de radio y televisión universitarias. *Página oficial de la Universidad autónoma de Nuevo León*.
<https://www.uanl.mx/dependencias/direccion-de-radio-y-television-universitaria/>
- UANL (2019). Informe de actividades desarrolladas en la UANL correspondientes al año 2019. <https://uanl.mx/utilerias/informe-uanl-2019.pdf>
- Valdez, F., Guajardo, V. y De la Fuente, S. (2-5 de diciembre de 2019). *La función social de la radio universitaria*. XI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social en Tenerife, España.
http://www.revistalatinacs.org/19SLCS/2019_propuestas.html
- Vargas, A. (14 de junio de 2012). Radio UNAM se renueva y retoma sus orígenes: Fernando Chamizo. *en La Jornada*.
<https://www.jornada.com.mx/2012/06/14/cultura/a03n1cul>
- Vázquez-Guerrero, M. (2012). *La Radio Universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. [Tesis doctoral Universitat Pompeu Fabra]. E-archivo. <https://www.tdx.cat/handle/10803/84113#page=1>
- Vázquez-Guerrero, M. (13 de febrero de 2017). 10 razones para escuchar la radio universitaria. *Un blog de Marina Vázquez*.
<https://radioyuniversidad.wordpress.com/tag/radio-universitaria/>
- Vázquez-Guerrero, M. (2015a). Nace La Red De Radio Universitarias De México: Rrum. *Unblog de Marina Vázquez*.
<https://radioyuniversidad.wordpress.com/2015/06/24/nace-la-red-de-radio-universitarias-de-mexico-rrum/>

- Vázquez-Guerrero, M. (2015b). La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. *Comunicación y medios*, 31, 151-170.
<https://adnz.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/36162/39488>
- Vázquez-Guerrero, M. y Chamizo, F. (2014) La Radio Universitaria en México: diversidad y contraste. En D. Martín Penay M. Ortiz Sobrino (Eds.), *Las radios Universitarias en América y Europa*. Fragua.
- Vázquez-Guerrero, M., Martín-Pena, D, y Parejo, M. (2015). La divulgación científica a través de la radio universitaria en España y México. *Razón y Palabra*, 91, 669-686 <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/139/189>
- Villarreal, R. (2018). *Factores de la cultura tributaria que impactan en el proceso de evasiónfiscal*. México: T&R Editorial.
- Yaguana, H. y Aguiló, J. M. (2014). La radio universitaria ecuatoriana, un reto para un nuevotiempo. En D. Martín Pena y M. Ortiz Sobrino (Eds.) *Las radios Universitarias en América y Europa*. Fragua.
- Zambrano, W. (2012). Radiografía de las emisoras universitarias colombianas. *Folios. Revistade la Facultad de Comunicaciones*, 28,115-137 .
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/15106>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Universidades que conforman la RRUM.....	46
Tabla 2.	Equipo de expertos evaluadores	77
Tabla 3.	Distribución de los 368 participantes por sexo o género.....	80
Tabla 4.	Distribución de los 638 participantes por edades.....	81
Tabla 5.	Distribución de 638 estudiantes participantes por Facultad.....	82
Tabla 6.	Distribución de 260 docentes participantes por sexo	83
Tabla 7.	Distribución de los 260 profesores participantes por edades.	84
Tabla 8.	Distribución de los 260 profesores participantes por nivelacadémico	85
Tabla 9.	Distribución de los 260 profesores participantes por Facultad.	86
Tabla 10.	Edad de los estudiantes que escuchan radio por edad.	104
Tabla 11.	Edad de los estudiantes que sí escuchan radio	105
Tabla 12.	Género de estudiantes que escuchan radio	106
Tabla 13.	Estudiantes que escuchan radio por carrera.....	107
Tabla 14.	Número de horas que escuchan radio por género.....	110
Tabla 15.	Preferencia por estación de radio de los estudiantes	111
Tabla 16.	Tiempo de traslado con relación a horas de escucha.....	112
Tabla 17.	Lugar en donde escucha radio con relación a horas de escucha.....	114
Tabla 18.	Medio por el que escucha radio con relación a horas de escucha	115
Tabla 19.	Programa radiofónico escuchado por género	117
Tabla 20.	Sintoniza Radio UNI por tipo de programa que escucha	118

Tabla 21.	Sintoniza Radio UNI por género	118
Tabla 22.	Razón principal para sintonizar Radio UNI	119
Tabla 23.	Opinión de Radio UNI con relación a sí sintoniza o no la estación	119
Tabla 24.	Tipo de programa que le gustaría que transmitiera Radio UNI con relación a si sintoniza o no la estación.....	120
Tabla 25.	Tipo de programa que transmitiera Radio UNI relacionado con la carrera.....	121
Tabla 26.	Sabía que la UANL tenía estación de radio, antes de contestar el cuestionario por género.....	122
Tabla 27.	Facultad a la que Pertenecen los profesores	123
Tabla 28.	Edad de los profesores.....	124
Tabla 29.	Facultad a la que pertenecen los profesores	125
Tabla 30.	Género o sexo de los profesores	126
Tabla 31.	Profesores que han escuchado radio en los últimos 12 meses.....	127
Tabla 32.	Lugar en que escuchan radio los profesores	128
Tabla 33.	Número de horas que escuchan radio los profesores.....	129
Tabla 34.	Estación de radio que escuchan los profesores.....	131
Tabla 35.	Tipo de programa que escuchan los profesores	132
Tabla 36.	Tipo de programa que escuchan en Radio UNI.....	123
Tabla 37.	Tipo de programa que escuchan en Radio UNI por Facultad.....	135
Tabla 38.	Principal razón para escuchar Radio UNI	137
Tabla 39.	Principal razón para escuchar Radio UNI por Facultad	138
Tabla 40.	Aspectos por mejorar en Radio UNI	141
Tabla 41.	Aspectos por mejorar en Radio UNI por Facultad	142
Tabla 42.	Programa que le gustaría que transmita Radio UNI.....	145

Tabla 43.	Programa que le gustaría que transmita Radio UNI por Facultad	146
Tabla 44.	Contenido que le gustaría que transmita Radio UNI.....	149
Tabla 45.	Contenido que le gustaría transmita Radio UNI por Facultad.....	151
Tabla 46.	Tipo de sugerencia para Radio UNI.....	153
Tabla 47.	Tipo de sugerencia para Radio UNI por Facultad	155
Tabla 48.	Escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura	157
Tabla 49.	Escuchar un programa de Radio UNI ha contribuido para diseñar alguna asignatura por Facultad.....	158
Tabla 50.	Estaría interesado en generar contenidos para Radio UNI.....	159
Tabla 51.	Estaría interesado en generar contenidos para Radio UNI.....	160

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Radio Universitaria Participativa. Una Propuesta con Carácter <i>Social</i>	51
------------------	---	----

ANEXOS

ANEXO 1
CUESTIONARIO A
ESTUDIANTES

INSTRUCCIONES:

Te agradecemos el tiempo que dediques a responder esta encuesta que tiene fines estrictamente académicos, ya que se trata de una tesis de doctorado que realizo para la Universidad Complutense de Madrid. El objetivo de la investigación es identificar las motivaciones de los radioescuchas dentro de la comunidad universitaria. Las respuestas serán manejadas de maneja confidencial.

1. Edad: _____ 2. Sexo: _____ No _____
3. ¿Eres estudiante? Sí _____
4. Si respondiste **SÍ**, ¿cuál carrera estudias? _____
5. Si respondiste **NO**, subraya tu rol en la Universidad
a) Empleado administrativo b) Profesor. c) Trabajador (limpieza, vigilancia, etc.). Otro (especifica) _____
6. Si tienes un rol en la universidad, subraya tu nivel académico
a) Primaria b) Secundaria c) Prepa d) Licenciatura e) Maestría f) Doctorado
7. ¿Escuchas radio?
Sí _____ No _____
8. ¿Cuántas horas escuchas radio al día? _____
9. ¿Cuáles estaciones de radio escuchas con más frecuencia? _____
-
- 10-. ¿Cuánto es el tiempo de traslado de casa a Universidad o al trabajo?
a) 15 a 30 min B) 31 min a 1 hora c) 1 hora a 2 hrs
D) 3 a 4 Hrs E) otro (especifica) _____
11. ¿Dónde escuchas la radio?
a) Coche b) Casa c) Transporte público d) Escuela/Facultad
e) otro (especifica) _____
12. ¿A través de cuál o cuáles medios escuchas la radio?
a) Radio del auto b) Radio del transporte público c) Celular d) Computadora portátil
e) Computadora de escritorio f) Tableta
13. ¿Qué tipo de programa o programas escuchas?
a) Informativos b) Culturales c) Musicales d) Deportivos e) Todos los anteriores _____ f) Otros (especifica)
14. ¿Has sintonizado la estación de la Universidad UANL durante los últimos seis meses?
Sí No _
15. ¿Cuál es la razón principal por la que ha sintonizado Radio Uni?
a) Escuchar música _____ b) Escuchar un programa especial _____
c) Escuchar noticias d) Todos los anteriores e) Otro (especificar) _____
16. ¿Qué programa(s) de Radio Uni escuchas?
-
17. Menciona el nombre de los Conductores y horario del programa que escuchas de Radio UANL _____
18. ¿Qué opinas de Radio Uni? _____
-

19. ¿Qué tipo de programas te gustaría que transmitiera Radio Uni? _____

20. ¿Qué tipo de programas están relacionados con tu Facultad? (especifica) _____

ANEXO 2
CUESTIONARIO A
PROFESORES

INSTRUCCIONES:

Le agradecemos el tiempo que dedique a responder esta encuesta que tiene fines estrictamente académicos, ya que se trata de una tesis de doctorado que realizo para la Universidad Complutense de Madrid. El objetivo de la investigación es identificar las motivaciones de los radioescuchas dentro de la comunidad universitaria. Las respuestas serán manejadas de maneja confidencial.

1. Edad: _____
2. Sexo: _____
3. Nivel _____ académico:
a) Licenciatura _____ b) Maestría _____ c) Doctorado _____ d) Otro _____
4. ¿Has escuchado radio en los últimos 12 meses?
Sí _____ No _____
5. ¿Dónde escuchas la radio?
a) Coche b) Casa c) Transporte público
d) Escuela/Facultad e) otro (especifica) _____
6. ¿Cuántas horas escuchas radio al día? _____
7. ¿Cuál estación de radio escuchas con más frecuencia? _____
8. ¿Qué tipo de programa o programas escuchas?
a) Informativos b) Culturales c) Musicales d) Deportivos
e) Todos los anteriores f) Otro (especifique) _____
9. ¿Sabe usted que la UANL tiene una estación de radio? Sí _____ No _____
10. ¿Qué tipo de programa ha escuchado en Radio Uni?
a) Informativos b) Salud c) Musicales d) Entrevistas
e) Todos los anteriores f) Otro (especifique) _____
11. ¿Cuál es la razón principal por la que ha sintonizado Radio Uni?
a) Escuchar música b) Escuchar noticias c) Escuchar un programa especial
d) Cumplir alguna tarea e) Todos los anteriores f) Otro (especificar) _____
12. ¿En qué aspectos considera usted que Radio Uni debe mejorar?
a) Horario de transmisión b) Duración de los programas c) Cobertura de la señal
d) Preparación de locutores y/o conductores e) Todos los anteriores
f) Otro (especificar) _____
13. ¿Qué tipo de programas le gustaría que transmitiera Radio Uni? _____
14. ¿Qué tipo de contenidos o temas le gustaría que transmitiera Radio Uni? _____
15. ¿Qué sugerencias o recomendaciones generales le haría usted a Radio Uni? _____
16. ¿Escuchar un tema dentro de la programación de Radio Uni ha contribuido para el diseño o preparación de alguna de sus asignaturas?
Sí _____ No _____
17. ¿Estaría usted interesado en participar en la generación de contenidos de Radio Uni?
Sí _____ No _____

ANEXO 3
LOCUTORES REGISTRADOS EN
FRECUENCIATEC

Locutores registrados: Cuenta con 22 locutores registrados en su sitio web:

- Mariana Ramírez / En Cabina
- Samuel Rodríguez/ Sui Generis
- Esteban Pulido/ Energía Musical
- Katty Padilla/ Repisa Musical
- Pamela Flores/ Repisa Musical
- Ramón de la Peña/ En Cabina Radelape
- Mauricio Ramos/ Despierta Tc
- Nancy Quintanilla y Chelo Tamez/ ¡Qué Padre Ser Madre!
- Carlos Yigael / Zona Pop
- Ase Gaitán / Antología del Rock
- Ismael Piedra / La Hora de los Niños
- Fernando Mata/ Negociando
- Alex Carillo / En Cabina con Alex
- Beto Bortoni e Hiram Garza / Tras el Volante
- Uriel Reyes / Café a 8 Bits
- Javier Galicia, Luis Pasillas, Fernando Torres, Jorge del Bosque / Metanoia
- Fernando Cantú / Aló Aló Montevideo. (Tecnológico de Monterrey , 2019)

ANEXO 4
PROGRAMACIÓN FRECUENCIA TEC
2019

1. **Mente en Blanco**
2. **En Cabina Redelape**
3. **En Cabina Mariana**
4. **¡Qué Padre Ser Madre!**
5. **Bufetec**
6. **La Voz de tu Salud**
7. **Voces en Acción**
8. **100% Actitud**
9. **Tiempo Extra**
10. **Haz Ruido con lo Bueno**
11. **Convivencia para el Bienestar**
12. **Perspectiva**
13. **Cristal Alterno**
14. **2501 Sur**
15. **En 30**
16. **Aquí Entre Nos**
17. **Metanoia**
18. **Eufonía**
19. **Aló Aló Montevideo**
20. **Revolver**
21. **Informatel**
22. **Un Mundo Mejor**
23. **Respuestas Psicoanalíticas**

24. Energía Musical
25. La Prórroga
26. Negociando
27. Poderosas
28. Pasiones
29. La Rockola
30. Sui Generis
31. La Ventana
32. Voces Brillantes
33. Escuela de Negocios
34. Cine al 2x1
35. Educarse Radio
36. Mundo Ciudadano
37. Sonido sin Fronteras
38. Radio Transmisor
39. The Crooners
40. Mon Musier
41. Érase una Vez que Era
42. El Reencuentro
43. Melomanía
44. Do Re Beat
45. Despierta Tec
46. En Cabina Bárbara Salinas
47. La Revista Universal
48. Tiempos de Vivir

49. La caja de Pandora
50. Pasión por Emprender
51. Alegoría Política
52. Historias Entre Líneas
53. Biblionautas
54. Repisa Musical
55. Wiki Política La Magia del Poder
56. Fuzz Radio
57. En Cabina Alex Carrillo
58. De Chile, Tomate y Cebolla
59. Experiencias de Vida
60. Frecuencia Fiscal
61. Tiempo Extra
62. CFE Informa
63. El Mundo de las Religiones
64. Expresa Tec
65. Escenarios
66. Con Propiedad Intelectual
67. Antología del Rock
68. La Hora de los Niños
69. El Reino de los Sueños
70. Zurcidores de Cuentos
71. Rockeando con Valor
72. Café a 8 Bits
73. Ciudad Vibrante

74. De Trova y Otras hierbas

75. Tras el Volante

76. La Dulcería

77. El Generador

78. Zona Pop

79. Caribe Soy

80. El Invernadero

81. Hablamos en la Cancha

82. Hasta que el Cuerpo Aguante

83. Hora Nacional (Tecnológico de Monterrey , 2019)

ANEXO 5
PROGRAMAS DE RADIO UDEM
2019

1. La tremenda corte
2. Entrada oficial - Himno Nacional
3. Sé radio
4. Salsa con sabor
5. Listas musicales con Enrique González
6. Babel XXI
7. Escaparates
8. Contradicciones
9. Paz a la voz
10. Ave María
11. Para un diccionario de la imaginación
12. Información en 180 segundos Agencia Informativa UDEM
13. Que le monde (1.er lunes del mes)
14. Descifrando el lenguaje
15. La polémica del gol
16. Información en 180 segundos. Agencia Informativa UDEM
17. Radio Agenda
18. Concierto OSN
19. Multiverso electrónico
20. Lunatique
21. De primates, primitos y primores
22. Muéstranos tu rostro
23. Entre Amigos
24. Yo + 10
25. La Era del Cambio
26. Carga Positiva
27. Yellow Hour
28. Sábado por la Noche
29. Domingo en Concierto
30. Evolución espiritual
31. Top-Ten-dencias
32. Nuevo Foro (quincenal)
33. Electrobeat
34. La gran pantalla
35. De cara al arte
36. Eurohits
37. Panamérica
38. Soul fire
39. Radio Francia
40. Canciones para ser contadas

41. Sexto Piso
42. Raíces
43. Gente de Cine
44. La cabaña del blues
45. Para salir del siglo XX
46. Escenario UDEM
47. Aprender a ser
48. Mundo sustentable
49. Fuerza Aérea
50. Otras Historias
51. Hablemos de trascender
52. La gruta de Trofonio
53. The selector
54. Humanística
55. Barroco y Clásico
56. De mujer a mujer
57. Escucha Conarte
58. Cara a Cara
59. Cierre Oficial - Himno Nacional
60. Salud Ando
61. Consciencia Plena
62. De soul a soul
63. Popcorn time
64. Feedback
65. Feeling Music
66. Obsesión por el Cielo
67. Punto Zero
68. The dark side of the music
69. Ser Familia
70. Entorno a la Imagen
71. Macedonia Cultural
72. Informatel
73. Historias
74. Tercera Llamada
75. Play List UDEM
76. Discover the fest

ANEXO 6

CÓDIGO DE ÉTICA RADIO UNI

Código de ética de Radio Uni

El Código de Ética del Sistema de Radio y Televisión Universitaria, es un marco de actuación y de observancia obligatoria, que expresa la confianza de las capacidades profesionales de su personal y deberán servir de preámbulo para el establecimiento de criterios éticos que sirvan de guía para acciones, que fomenten un ambiente comprometido con el desarrollo de su sociedad, apegado a los valores del quehacer institucional de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Así mismo, la principal vocación del Sistema de Radio y Televisión Universitario, será, la de contribuir a la calidad de vida de su comunidad, buscando heterogeneidad de experiencias y proyectos, que reflejen los procesos históricos, de identidad cultural y territorial con la participación plural de organismos, instituciones y sociedad, para lograr con esto el acceso de nuevos actores con voz propia, a espacios que construyan propuestas diferentes para el desarrollo integral de la Sociedad, la Universidad y su medio de comunicación.

Verdad

Propósitos y fines, de vida que se desenvuelven teniendo como eje y fin el descubrimiento de lo que es verdadero.

Equidad

El ofrecer igualdad de oportunidades, con un valor fundamental de la responsabilidad social de la Universidad, en el cumplimiento de sus funciones.

Honestidad

Que conduce al conocimiento y a la aceptación de las carencias propias de la condición humana, y al reconocimiento de los límites del saber y de la acción. Se refiere al respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas.

Libertad

Que conduce a un ejercicio de la autodeterminación, e implica la elección ante alternativas de manera responsable e informada.

Respeto

Respeto a la vida y a los demás, como el factor de cohesión de una sociedad caracterizada por la diversidad, que posibilite la coexistencia en armonía y paz, permitiendo la apertura hacia los demás y estableciendo las bases para la solidaridad y la vida en comunidad.

Criterios

Profesionalismo

- I. Poner al servicio de la sociedad y sin reserva, todos los conocimientos, habilidades y experiencia para el cumplimiento de los objetivos y metas de la Dirección General de Radio y Televisión Universitaria.
- II. Abstenerse de cualquier acto que pueda mermar el respeto a la institución y a su audiencia.
- III. Actualizar permanentemente su conocimiento teórico y práctico de excelencia y actualidad, en los temas y materias inherentes a sus funciones.
- IV. Trabajar de manera solidaria y con actitud de cooperación, ayuda y empatía en la consecución de los objetivos institucionales, en beneficio de nuestras audiencias.

Lealtad

- I. Conocer la normatividad que rige, siendo fieles a los valores que dieron origen a (DGRTU).
- II. Aplicar el compromiso institucional en el marco de las atribuciones y funciones que se tienen encomendadas.
- III. Preservar con rectitud y acciones la imagen de (DGRTU), dentro y fuera del mismo.

Eficiencia

I. Encaminar sus esfuerzos para cumplir de manera eficaz los objetivos y metas propios de las funciones que le son asignadas.

II. Desempeñarse de manera responsable, proactiva y productiva, orientando su trabajo a la calidad y excelencia.

III. Aprovechar los recursos tecnológicos y materiales proporcionados por el (D.G.R.T.U.) para que los procesos de trabajo se encaminen a la obtención de resultados que garanticen el cumplimiento de la función institucional en los tiempos establecidos.

Imparcialidad

I. Evitar otorgar o conceder ventajas o privilegios a persona o grupo alguno.

II. Comportarse de manera firme y respetuosa, evitando apariencias de preferencia, trato especial hacia persona alguna o la emisión de juicios sobre los acontecimientos.

III. Mostrar la realidad de una manera equilibrada y abierta, manteniendo siempre la neutralidad.

Igualdad

I. La parte directiva de (DGRTU), garantiza una política de equidad de género y una distribución equitativa de las responsabilidades.

II. Todo el personal de (DGRTU) debe evitar las expresiones, actitudes o acciones que generen diferencias basadas en estereotipos o prejuicios que afecten de manera adversa a las personas, sean estas por motivo de género, discapacidad, preferencia sexual, religiosa, ideológica o política, o de cualquier otra índole.

III. Todo el personal de (DGRTU) debe comportarse con respeto pleno a los derechos humanos y a las políticas de equidad y género, por lo que; como principio organizacional no se consentirán conductas que puedan tipificarse de acoso, maltrato o inequidad.

Respeto

I. Dar un trato profesional, digno, cortés y tolerante, procurando que prevalezca el respeto mutuo y cordial frente a las diferencias de carácter, opinión.

II. Favorecer la solidaridad laboral y social entre los colaboradores de ((DGRTU) que permita afianzar el sentido de identidad y de pertenencia a la Institución, los lazos de unidad, lealtad y compromiso a la sociedad.

III. Evitar toda forma de discriminación, humillación, distanciamiento o rechazo.

IV. . Eliminar toda actitud de prepotencia, intolerancia, discriminación.

Transparencia

I. La máxima publicidad y disponibilidad de la información que genera en el desarrollo de sus funciones.

II. Asumir una política de transparencia proactiva que ponga a disposición del público, información socialmente útil y formadora de cultura cívica; y

III. El personal de (DGRTU) que decide, ejerce o supervisa el ejercicio de recursos presupuestales, debe entregar a la Dirección General del Canal, un formato de declaración de potenciales conflictos de intereses.

Confidencialidad

I. Es obligación del personal, guardar confidencialidad respecto de la información que conoce con motivo de las funciones que desempeñadas, y cuya divulgación distinta a la Política de Comunicación del Canal, pueda afectar a terceras personas. El personal debe observar que:

II. Las actividades profesionales independientes que realicen por cuenta propia el personal de (DGRTU), no podrá ser contraria a los intereses institucionales ni podrá usar la información a la que tiene acceso por su función institucional con fines distintos a las políticas de comunicación del Sistema de Radio y Televisión Universitaria.

Proactividad

I. Articular de manera proactiva, todos los mecanismos de garantías de participación ciudadana, los de las reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales y las de la defensa de los contenidos, para ejercer políticas auto regulatorias, que le imprimen el carácter de uso público a la concesión.

La Dirección General de Radio y Televisión Universitaria, será una Organismo que se caracterizará por estar abierta al cambio y a la colaboración, con una perspectiva global y comprometida con la misión y visión institucional, que promoverá y practicará de manera responsable y cotidiana los valores universitarios, así como principios y buenos hábitos para el desarrollo de la persona y del nivel de bienestar de su comunidad. (Universidad Autónoma de Nuevo León, 2018)

Cuenta con transmisión en vivo mediante su sitio web <http://radioytv.uanl.mx/>. En redes Sociales aparece en Facebook y Twitter. Hablando de su programación cuenta de martes a sábado la misma programación de las 00:00 a 6:00 horas, agregando más programas lunes y domingo. También tienen un sistema de repetición de programas en el día.

ANEXO 7
LISTADO DE PROGRAMAS RADIO UNI (2019)

Transmisión Diaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Himno Nacional 2. Buenos Días Contigo (Repetición) 3. Consultorio En Salud 4. Auténticos Al Aire 5. Noti Uni 6. Desde Colegio Civil (Repetición) 7. Rtc
Programas Alternos	<ol style="list-style-type: none"> 8. Makumba Salsa 9. Ofunam 10. La Constitución 11. Ncc 12. Antropológicas 13. Tv Morfis Rep 14. Observatorio Rep 15. Niñas Promedio 16. Ser Mujer En El Cine (Repetición) 17. Tras Bambalinas Rep. 18. Curiosidades Históricas 19. Clandestinos Rep. 20. Entre Mitos Rep. 21. Todo Terreno (Repetición) 22. El Vuelo De México (Repetición) 23. #Rownspace# 24. ¿Quién Es? 25. Vertientes Del Psique 26. Péinate Una Sonrisa 27. Plaza Sésamo 28. Caminito De La Escuela 29. Trazos R 30. Made By 31. Noti Uni Matutino

Desde El Cielo
Factor Ciencia
La Once Más
Sabroso Y Saludable
Del Mundo Al Plato
Tu Derechos
Maestros Olvidados
Artes
El Rayo
Noticias Especiales
Piel Rojo
Elogio de la Comida Mexicana
Ecoazul E "Acuicultura. Las Granjas Del Futuro- Parte 2"
Kipatla
Mundo Sustentable
La Cabina
Orientate
Educarse
Magtv
Zona Uni
Tribunal A Tu Alcance
Entre Libros
Acción Legal
Rockumental
Convergente
Orquestas Sinfónica De La UANL
Tercera Llamada
Lo Mejor de Radio en Tv
Fútbol, Ciencia y Pasión
Octafamus "Octafamus #4 atemp 2013"
Aquí Hablamos De Cine
De La Peña Al Antro
Las Noches Con Él "Ninis"

	<p>Memoria 68</p>
--	-------------------

Miradas Sin Filtro "E10"

Entre Mitos y Realidades

ANEXO 9

FICHA DE DIRECTORES: Directora de Radio TEC

Nombre: Cristina María Cervantes Sandoval

Estudios: Doctorado estudios Humanísticos (Comunicación y Medios)

Puesto: Profesora de tiempo completo Departamento de Medios y Cultura Digital

Funciones principales: Coordinar la programación, atención a diversos públicos, revisión de propuestas, atención a nuestros colaboradores.

1. ¿Cómo definiría la estación de radio universitaria que usted dirige?

Es una estación de radio con una concesión de uso social. Concesionada al Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

2. ¿Cuál es la diferencia de la estación de radio universitaria que usted dirige con relación a las otras de la localidad y a las comerciales?

La principal diferencia es que nosotros no tenemos espacios pagados, es decir, no podemos comercializar el tiempo de la estación. En cuanto a contenidos nuestro interés es tener una programación de interés cultural y social.

3. ¿La estación que usted dirige en qué periodo de desarrollo se encuentra? (novatez, en proceso de consolidación, consolidada...)

Consolidada tiene más de 20 años al aire.

4. ¿Cuáles son las preferencias de su audiencia? (Dentro de la programación que ofrece)

La música y programas que hablen del día a día sobre problemas de interés social y de la cultura de la región.

5. ¿Cuál es el perfil del radioescucha de la radio universitaria?

El perfil es variado, podríamos decir que va dirigido a toda la comunidad regiomontana. Dado que la programación es por bloques, depende del bloque es el tipo de audiencia. Por ejemplo los sábados en la mañana hay un bloque de programas para niños. Hay un bloque de Salsa. Hay un bloque de programas deportivos, etc.

6. ¿Qué elementos toma en cuenta su estación para modificar la programación?

Nos basamos en las propuestas de alumnos, profesores, colaboradores del Tec y del público en general. Básicamente les pedimos que el programa que propongan tenga interés cultural o social.

7. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias sean difusoras de la I+D+I (investigación + desarrollo + innovación) de sus universidades? (¿por qué?)

DEFINITIVAMENTE porque tenemos que aprender a difundir el conocimiento científico de una manera comprensible para el público. Es nuestro deber promover el conocimiento de lo que se está haciendo en las universidades.

8. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias sean apoyo directo a movimientos sociales? (¿por qué?)

El slogan de Frecuencia Tec es “Conciencia en la radio” y eso implica una responsabilidad social para con la audiencia. Promover la toma de conciencia sobre lo que pasa en la comunidad, en el país y en el mundo es parte de nuestra misión.

9. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias actúen como apoyo y extensión de la instrucción formal? (¿por qué?)

NO porque somos una estación de radio universitaria. Y si no lo fuéramos creo que las radios educativas pueden ser remplazadas por tecnologías más atractivas para la educación formal. Aunque cabe aclarar que nuestros alumnos producen programas que son complementos a sus cursos.

10. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias actúen como como instrumento para la educación no formal a través de la participación ciudadana? (¿por qué?)

De acuerdo con la pregunta anterior (y la respuesta) creo que en educación formal sí tenemos una posibilidad de apoyar a la educación. El problema está en determinar hasta dónde podríamos abarcar.

11. ¿Considera usted importante que las emisoras favorezcan el sentimiento de satisfacción y pertenencia a un colectivo: educar para la diversidad, la equidad y la solidaridad? (¿por qué?)

Si puedo tomar en cuenta los valores que promueve mi universidad, creo que si debemos de promover esos valores. No olvidemos que estamos dentro de un ambiente universitario privado y hay ciertos valores y ciertos códigos que nos rigen.

12. ¿Considera usted importante que las emisoras participen activamente en la actualización de las Instituciones de Educación Superior? (¿por qué?)

La verdad no creo que sea un papel importante, pero a lo mejor podríamos participar como un vehículo de aplicación y reflexión sobre los conocimientos. Y como un vehículo de divulgación científica.

13. ¿Considera usted importante que las emisoras vinculen las manifestaciones culturales con experimentaciones libres y de desarrollo creativo? (¿por qué?)

La radiodifusión forma parte de la cultura de una comunidad, por lo tanto deben de promover además de las manifestaciones culturales, toda manifestación cultural que sea expresión de la comunidad en donde están insertadas.

14. ¿Considera usted importante que las emisoras deba estar comprometida con el servicio con la ciudadanía? (¿por qué?)

POR SUPUESTO, la razón de ser de una estación de radio es formar parte de la comunidad y una de las principales formas de hacerlos es proporcionar un servicio a la ciudadanía... desde todos los ámbitos: Orientación, información, ayuda, etc.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué importancia le da su radio universitaria a la web?

- a) Mucha
- b) **Ni mucha ni poca**
- c) Poca
- d) Nada

2. ¿Cómo valora los servicios que se ofrecen en la web de su emisora?

- a) Inmejorables
- b) Buenos
- c) **Mejorables**
- d) Deficientes

3. ¿Cómo valora los contenidos que se ofrecen en la web de su emisora?

- a) Inmejorables
- b) Buenos
- c) Mejorables
- d) **Deficientes**

4. ¿Qué importancia le da al concepto de interactividad en su radio universitaria? (interactividad con usuarios)

- a) Inmejorables
- b) Buenos
- c) Mejorables
- d) **Deficiente**

5. Enumere el tipo de servicios interactivos que pone a disposición de esos usuarios:

En la Página Web están nuestro correo de contacto

7. ¿Qué importancia le da en su emisora a la posibilidad de realizar trabajo en red y colaborativo en el marco de la Red de Radios Universitarias?

- a) **Mucha**
- b) Ni mucha ni poca
- c) Poca
- d) Nada

8. Valora de 1 a 5 el papel de la divulgación científica en la programación de su estación. Donde 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo **(3)**

9. Valora de 1 a 5 el papel de su estación dentro de la propia universidad,

donde 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo. (2)

10. Valora de 1 a 5 el papel de su estación en el panorama radiodifusor de tu localidad, donde el 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo. (3)

11. ¿En qué grado se depende de la administración central universitaria en el tema de recursos humanos y técnicos, con objeto de conseguir una programación de calidad y enfocada al servicio público?

R= En un alto grado aunque Frecuencia TEC depende del Departamento de Medios y Cultura Digital, se mantiene vinculación directa con la Rectoría de Campus Monterrey.

12. ¿Qué tipo de divulgación científica se hace en su emisora? Número y tipo de programas, personas encargadas de la misma...

R= Alrededor de 12 programas.

Están a cargo de Profesores y alumnos principalmente: Todos tienen que ver con las diversas profesiones de nuestra Institución: derecho, salud, asuntos internacionales, producciones de alumnos sobre temas sociales, etc.

13. ¿Qué se les puede solicitar a las autoridades de la Institución, al Gobierno Federal y/o a las Secretarías competentes?

- a) Autonomía
- b) **Recursos económicos**
- c) Capacidad para generar recursos propios.
- d) Libertad para abordar temas políticos
- e) Libertad para abordar temas controversiales

ANEXO 10

FICHA DE DIRECTORES: Director de Radio UDEM

Nombre: Antonio Calderón Adel

Estudios: Doctorado estudios Humanísticos (Comunicación y Medios)

Puesto: Profesor de tiempo completo así como Director y representante legal de XHUDEM- 90.5 FM

Funciones principales: Docencia e investigación de tiempo completo y responsable principal de Radio UDEM.

1. ¿Cómo definiría la estación de radio universitaria que usted dirige?

Radio UDEM es una radio universitaria que bajo la figura jurídica de concesión de uso social y que opera mediante el modelo de radio escuela, con vocación de servicio público en sus contenidos que son de interés general y de divulgación cultural.

2. ¿Cuál es la diferencia de la estación de radio universitaria que usted dirige con relación a las otras de la localidad y a las comerciales?

El modelo de radio escuela la hace única entre las estaciones universitarias del país. Los estudiantes de Ciencias de la Información y Comunicación llevan tres cursos curriculares asociados a la labor que realizan en la estación. De igual forma, el perfil musical de jazz y música del mundo es único en la ciudad de Monterrey.

3. ¿La estación que usted dirige en qué periodo de desarrollo se encuentra? (novatez, en proceso de consolidación, consolidada...)

En muchos sentidos es una estación consolidada, sin embargo se encuentra en desarrollo de una nueva planeación estratégica para hacer frente a los retos del entorno mediático y cultural.

4. ¿Cuáles son las preferencias de su audiencia? (Dentro de la programación que ofrece)

La audiencia expresa valor por la programación musical así como por programas especializados de divulgación cultural que han estado presentes en la emisora a lo largo de varios años, las audiencias más jóvenes siguen los programas realizados por alumnos.

5. ¿Cuál es el perfil del radioescucha de la radio universitaria?

Las audiencias son heterogéneas en sus perfiles, no hay un perfil único. Existen audiencias por adultos que buscan contenidos especializados y por otro lado audiencias jóvenes que buscan programas alternativos a lo que escuchan en estaciones comerciales.

6. ¿Qué elementos toma en cuenta su estación para modificar la programación?

Se consultan estudios de audiencia de la radio en Monterrey y se realiza investigación propia con las audiencias, sistematizando las comunicaciones de los radioescuchas y mediante grupos de enfoque.

7. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias sean difusoras de la I+D+I (investigación + desarrollo + innovación) de sus universidades? (¿por qué?)

Si por la labor de extensión de la cual es responsable la misma universidad. Divulgar el conocimiento generado en la misma universidad, retroalimenta el círculo de investigación, desarrollo e innovación, pero se enriquece gracias a las opiniones y relaciones que se generan con la sociedad.

8. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias sean apoyo directo a movimientos sociales? (¿por qué?)

Es importante que los movimientos sociales tengan voz en los medios de comunicación, incluyendo las radios universitarias, para fomentar el debate público y visibilizar las problemáticas por las cuáles luchan.

9. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias actúen como apoyo y extensión de la instrucción formal? (¿por qué?)

Si, los programas radiofónicos pueden complementar la experiencia de los educandos en el aula. Así mismo permite que personas que no tienen acceso a la educación formal, tengan acceso a contenidos que contribuyen a su desarrollo cultural.

10. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias actúen como instrumento para la educación no formal a través de la participación ciudadana? (¿por qué?)

Si, por que a través de la propuesta de contenidos y el debate se da un ejercicio de deliberación de lo público que favorece la construcción de ciudadanía y fomento de los valores democráticos.

11. ¿Considera usted importante que las emisoras favorezcan el sentimiento de satisfacción y pertenencia a un colectivo: educar para la diversidad, la equidad y la solidaridad? (¿por qué?)

Si, por que las emisoras de radio son un medio que, fomentando la participación y orientando los contenidos al servicio público, facilitan la comunicación para el desarrollo de comunidades que puede ser tanto la misma comunidad universitaria, como los radioescuchas dentro de su área de cobertura y alcance.

12. ¿Considera usted importante que las emisoras participen activamente en la actualización de las Instituciones de Educación Superior? (¿por qué?)

Si, cuando las emisoras participan en el debate de los procesos internos, son excelentes instrumentos para catalizar cambios institucionales.

13. ¿Considera usted importante que las emisoras vinculen las manifestaciones culturales con experimentaciones libres y de desarrollo creativo? (¿por qué?)

Si, las emisoras universitarias al permitir espacios a programadores y artistas, pueden fomentar el desarrollo de música, géneros radiofónicos diversos y expresiones como arte sonoro.

14. ¿Considera usted importante que las emisoras deba estar comprometida con el servicio con la ciudadanía? (¿por qué?)

Sí, no solo es importante, es una misión de los medios de comunicación y la vocación de los medios de servicio público, especialmente los medios públicos, los universitarios y los comunitarios.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué importancia le da su radio universitaria a la web?
 - a. **Mucha X**
 - b. Ni mucha ni poca
 - c. Poca
 - d. Nada

2. ¿Cómo valora los servicios que se ofrecen en la web de su emisora?
 - a. Inmejorables
 - b. Buenos
 - c. Mejorables
 - d. **Deficientes X**

3. ¿Cómo valora los contenidos que se ofrecen en la web de su emisora?
 - a. Inmejorables
 - b. Buenos
 - c. Mejorables
 - d. **Deficientes X**

4. ¿Qué importancia le da al concepto de interactividad en su radio universitaria? (interactividad con usuarios)
 - a. Inmejorables
 - b. **Buenos X**
 - c. Mejorables
 - d. Deficientes

5. Enumere el tipo de servicios interactivos que pone a disposición de esos usuarios:
 - a. Redes sociales
 - b. Vía telefónica
 - c. Defensoría de audiencias

d. Correo electrónico

6. ¿Qué importancia le da en su emisora a la posibilidad de realizar trabajo en red y colaborativo en el marco de la Red de Radios Universitarias?

a. Mucha

b. Ni mucha ni poca

c. Poca

d. Nada X

7. Valora de 1 a 5 el papel de la divulgación científica en la programación de su estación, donde 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo **(5)**

8. Valora de 1 a 5 el papel de su estación dentro de la propia universidad, donde 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo. **(5)**

9. Valora de 1 a 5 el papel de su estación en el panorama radiodifusor de tu localidad, donde el 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo. **(5)**

10. ¿En qué grado se depende de la administración central universitaria en el tema de recursos humanos y técnicos, con objeto de conseguir una programación de calidad y enfocada al servicio público?

R= No se depende de la administración central universitaria, Radio UDEM depende de la Escuela de Educación y Humanidades

11. ¿Qué tipo de divulgación científica se hace en su emisora? Número y tipo de programas, personas encargadas de la misma...

R= 5 programas de divulgación científica: medicina, astronomía, comunicación, humanidades, antropología, entre otros programas de divulgación especializada.

12 ¿Qué se les puede solicitar a las autoridades de la Institución, al Gobierno Federal y/o a las Secretarías competentes?

a) Autonomía

b) Recursos económicos

c) Capacidad para generar recursos propios.

d) Libertad para abordar temas políticos

e) Libertad para abordar temas controversiales

ANEXO 11

FICHA DE DIRECTORES: Director de Radio UNI

Nombre: Carlos González Santos

Estudios: Licenciado en Ciencias de la Información y Maestro en Desarrollo Organizacional

Puesto: Director General de Radio y Televisión Universitaria.

1 ¿Cómo definiría la estación de radio universitaria que usted dirige?

Como una estación donde se le da mucha oportunidad a los jóvenes de presentar proyectos y llevarlos a cabo; así mismo somos una estación que lleva mezcla la cultura con entretenimiento de una manera balanceada.

2 ¿Cuál es la diferencia de la estación de radio universitaria que usted dirige con relación a las otras de la localidad y a las comerciales?

Nos distinguimos por dar oportunidades de operación y locución a los universitarios y gente egresada de la UANL, también en cuanto a las comerciales nuestra pauta musical es muy ecléctica.

3 ¿La estación que usted dirige en qué periodo de desarrollo se encuentra? (novatez, en proceso de consolidación, consolidada...)

R= En proceso de consolidación.

4. ¿Cuáles son las preferencias de su audiencia? (Dentro de la programación que ofrece)

Contamos con mucha preferencia en diversos espacios de nuestra programación desde la programación infantil con “Caminito de la escuela” pasando por la parte cultural con “Que Folklore” y diversos espacios musicales como “Makumba Salsa”

5. ¿Cuál es el perfil del radioescucha de la radio universitaria?

En su mayoría son universitarios y gente egresada

6. ¿Qué elementos toma en cuenta su estación para modificar la programación?

La opinión de nuestros radio escuchas y diferenciarnos del resto de las estaciones.

7. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias sean difusoras de la I+D+I (investigación + desarrollo + innovación) de sus universidades? (¿por qué?)

Claro, ya que así le damos a la comunidad el conocimiento de lo que se realiza dentro de la Universidad Autónoma de Nuevo León

8. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias sean apoyo directo a movimientos sociales? (¿por qué?)

Sí, siempre y cuando este fundamentado; Siempre es importante apoyar a la gente que lucha por sus ideales, siempre y cuando mantengamos un respeto y tolerancia.

9. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias actúen como apoyo y extensión de la instrucción formal? (¿por qué?)

Nosotros como estación estamos en sincronía con la UANL, ya que la universidad nos provee

de los recursos y nos apoya en nuestras diferentes decisiones

10. ¿Considera usted importante que las emisoras universitarias actúen como instrumento para la educación no formal a través de la participación ciudadana? (¿por qué?)

Al ser un medio de una gran difusión si podríamos funcionar como educación no formal, en estos tiempos de pandemia es importante llevar el conocimiento por todos los medios posibles.

12. ¿Considera usted importante que las emisoras favorezcan el sentimiento de satisfacción y pertenencia a un colectivo: educar para la diversidad, la equidad y la solidaridad? (¿por qué?)

Es tratar todos los colectivos con respeto, equidad y solidaridad, no discriminar ningún movimiento.

13. ¿Considera usted importante que las emisoras participen activamente en la actualización de las Instituciones de Educación Superior? (¿por qué?)

No, las Instituciones de Educación Superior son las que deben de proveer los materiales adecuados para llevar a cabo una educación no formal.

14. ¿Considera usted importante que las emisoras vinculen las manifestaciones culturales con experimentaciones libres y de desarrollo creativo? (¿por qué?)

Es importante mostrar empatía y dar espacios para que presenten sus propuestas, sin embargo no creo que estar vinculados 100% sea una manera correcta de llevar a cabo.

15. ¿Considera usted importante que las emisoras deba estar comprometida con el servicio con la ciudadanía? (¿por qué?)

Si, nuestra estación cuenta con espacios para que la ciudadanía tenga derecho a opinar a los temas relacionados a su entorno, siempre con respeto, empatía y tolerancia.

CUESTIONARIO

1.- ¿Qué importancia le da su radio universitaria a la web?

- a) Mucha
- b) **Ni mucha ni poca**
- c) Poca
- d) Nada

2.- ¿Cómo valora los servicios que se ofrecen en la web de su emisora?

- a) Inmejorables
- b) **Buenos**
- c) Mejorables
- d) Deficientes

3.- ¿Cómo valora los contenidos que se ofrecen en la web de su emisora?

- a) Inmejorables
- b) Buenos
- c) **Mejorables**
- d) Deficientes

**4.- ¿Qué importancia le da al concepto de interactividad en su radio universitaria?
(interactividad con usuarios)**

- a) Inmejorables
- b) Buenos
- c) **Mejorables**
- d) Deficiente

5.- Enumere el tipo de servicios interactivos que pone a disposición de esos usuarios

1. Redes Sociales
2. Radio en Web
3. Apps donde encuentran nuestra estación.

6.- Qué importancia le da en su emisora a la posibilidad de realizar trabajo en red y colaborativo en el marco de la Red de Radios Universitarias?

- a) Mucha
- b) **Ni mucha ni poca**
- c) Poca
- d) Nada

7.- Valora de 1 a 5 el papel de la divulgación científica en la programación de su estación.

(3)

8.- Valora de 1 a 5 el papel de su estación dentro de la propia universidad, donde 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo.

(4)

9. Valora de 1 a 5 el papel de su estación en el panorama radiodifusor de tu localidad, donde el 1 representa el valor mínimo y 5 el valor máximo.

(3)

10. ¿En qué grado se depende de la administración central universitaria en el tema de recursos humanos y técnicos, con objeto de conseguir una programación de calidad y enfocada al servicio público?

En un gran grado.

11.- Qué tipo de divulgación científica se hace en su emisora? Número y tipo de programas, personas encargadas de la misma.

NCC es uno de los programas donde nosotros colaboramos

12.- ¿Qué se les puede solicitar a las autoridades de la Institución, al Gobierno Federal y/o a las Secretarías competentes?

- a) Autonomía
- b) **Recursos económicos**
- c) Libertad para abordar temas políticos
- d) Libertad para abordar temas controversiales

ANEXO 12

CUESTIONARIO-RED DE RADIOS UNIVERSITARIAS DE MÉXICO (RRUM)

Nombre: **Marco Antonio Gutiérrez Mendoza**

Estudios: **Maestro en Educación superior**

Universidad de adscripción: **Universidad Autónoma de Chihuahua**

Puesto dentro de la RRUM: **Presidente de la Red**

1. ¿Qué es la Red de Radios Universitarias de México?

Es una red de buena voluntad que se formó en el 2015 con el objetivo de discutir, socializar y trabajar de manera conjunta las actividades de las radios universitarias de México, además de intercambio de materiales y creación de contenidos

2.- ¿Qué antecedentes de organización le preceden a la actual RRUM?

El Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior que fue llamada SINPRIES, que fue creada por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES)

3.- ¿Cuáles son los objetivos principales de una red de radios universitarias?

- Formar una asociación y frente común a las políticas relacionadas a la radiodifusión, además de generar capacitaciones en torno relativas a la radio universitaria.
- Crear e intercambiar contenidos al interior de la red y con la Red Internacional

4.- ¿Qué beneficios o ventajas obtienen las universidades afiliadas a la RRUM?

- Estar informados de las obligaciones legales de IFT
- Compartir producciones
- Reunirse con colegas de todo el país
- Opinar y ser escuchados en las problemáticas que aquejan a la radio difusión

5.- ¿En un balance preliminar, se están cumpliendo con los objetivos y metas trazadas en la RRUM?

Considero que sí, existe constante intercambio de contenidos, capacitaciones y durante la pandemia no ha dejado de colaborar y trabajar para conocer el acontecer noticioso y de contenidos de todas las radios de le Red

6.- De acuerdo con su experiencia, ¿cómo define el trabajo que realizan las radios universitarias del país?

Muy bueno, la Radio Universitaria es la contraparte el otro lado de lo que hace la radio comercial, en conjunto la radio pública, en donde se encuentra la universitaria es la única en el País con una orientación a la diversidad, el arte, la cultura y la tecnología, crucial para el desarrollo de los derechos humanos

7.- ¿En qué medida la radio universitaria, como medio alternativo, funciona como un contrapeso a la visión de los grupos comerciales?

En total contrapeso, la radio comercial trabaja por el raiting, por la venta de la publicidad, por los convenios con los gobiernos y la radio universitaria, por la investigación, el pluralismo

8.- ¿La radio universitaria está cumpliendo con su misión de otorgarle voz y presencia a los ciudadanos?

Sí, falta mucho trabajo, democratizar incluso los medios universitarios, sacarlos de la zona de comodidad, realizar periodismo de investigación, mejorar las producciones, ser más creativos y llegar a más audiencias sin perder la esencia de la radio universitaria

9.- ¿Qué les falta a las radios universitarias para contribuir a establecer la agenda pública en sus Estados?

Creo que ya lo hacen a su forma al ser una contraparte, aquellas radios que se entreguen a intereses particulares o no haya pensamiento crítico, incluidos las universitarias, por supuesto que no lo harán, pero aquellos que fundamenten sus contenidos, sean diversos por supuesto que harán una agenda, una agenda alternativa muy necesaria en nuestro país

10.- ¿En qué medida la radio universitaria contribuye a la reflexión social y política de su entorno?

En un alto grado, muchas radios universitarias son los únicos medios en hacer temas de diversidad, en desigualdad de oportunidades, en general en la reflexión, alejado del amarillismo, el reportaje lastimero

11.- ¿Qué importancia tiene la audiencia para la RRUM?

Creo que el término es audiencias, y son la razón de ser, no sólo de la RRUM sino de cualquier medio. Para la RRUM es primordial porque por ley debemos ser incluyentes, plurales y tocar temas que atañen a todos y todas sin importar condición

12.- ¿La RRUM realiza estudios para conocer e identificar preferencias de la audiencia?

No es la labor directa de la red pero, en los encuentros constantemente se hacen reflexiones, no de las preferencias en sí, sino de las necesidades sociales

13.- ¿En qué medida la radio universitaria contribuye con la democratización de los medios?

Como ya lo comentaba, como un contrapeso, en ser aquella opinión informada que no busca hacer negocio

14.- A manera de cierre, algo que quiera expresar sobre la Radio universitaria y su importancia en el contexto social, político y educativo del país:

La radio pública debe seguir, debe dignificarse y escucharse, es primordial no sólo para las instituciones donde pertenecen, sino para ser un contrapeso, difundir aquello que nadie difunde y seguir en la radio pero extenderse a las nuevas tecnologías

15.- ¿Qué importancia tiene el trabajo conjunto que desarrolla la RRUM con otras redes universitarias, nacionales e internacionales? Y en qué consiste ese trabajo

Es primordial, la Red México es una red que conjunta radio y televisión pública y juntas realizan encuentros, de hecho muchas de nuestras radios, de la RRUM, también están en Red

México, sirve para la reflexión y el análisis en general de las leyes de radio difusión y mejorar los contenidos

16. ¿Qué papel juega la radio universitaria en el contexto internacional, concretamente en su interacción con la RIU?

La Red Internacional es maravillosa porque conjunta el trabajo no sólo de radios de habla hispana sino de varias latitudes y para México ha sido una ventana de aprendizaje y participación para que sea visible el trabajo e historia de nuestras radiodifusoras