

871642  
3

# UNIVERSIDAD MADERO

Escuela de Periodismo y Comunicación Colectiva  
Incorporada a la UNAM

**Propuesta de una programación  
radiofónica interna para la  
Universidad Madero**

## TESIS PROFESIONAL

Que para obtener el título de :  
**Licenciado en Periodismo  
y Comunicación Colectiva**

Presentan

**Ruiz Osorio Amparo**  
**Sánchez Cortés Norma Angélica**  
**Mazo Collado Leila Karina**

Puebla, Pue.

2003

**"Per Aspera Ad Astra"**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## DEDICATORIAS

### **A MI ABUELITO OTILIO:**

Gracias, ante todo por crecer a tu lado tan llena de amor, por creer en mí y siempre contar con tu apoyo incondicional, esto va para ti mi rey, te adoro papito.

### **A MI ABUELITA NECHA:**

Tú que siempre soñaste con este momento, te lo dedico con todo mi amor porque sé que desde el cielo me sigues llenando de bendiciones. Gracias por ser mi excelente madre. Siempre agradeceré a Dios el haberme puesto en tus brazos, a tu lado conocí el amor. Te extraño mamita.

### **A MI TÍA CARLÍN:**

Gracias por ser mi mejor amiga, mi confidente, la luz en la oscuridad, por transmitirme tanto cariño, amor, paz y sobretodo confianza. Sin ti, esto no sería posible. Te amo.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **A MIS HIJOS IVAN EDUARDO Y EDGAR ABRAHAM:**

A ustedes mis tesoros, que son el mejor regalo que la vida me ha dado, va con todo mi amor para ustedes, los amo muñecos.

**A MIS PADRES:**

Sr. Alfredo Ruiz Gallegos y Sra. Amparo Osorio, gracias por darme el don de la vida y por siempre impulsarme a concluir esta carrera. Los quiero mucho.

**A PORFIRO:**

Te agradezco de manera muy especial todo el que me brindaste con tu comprensión y cariño. Esto va por ti porque sin tu gran ayuda nunca hubiera podido.

**A MIS HERMANOS:**

A Gabby, Fredy y Lalo porque a pesar de todo siempre estamos unidos y siempre me estuvieron impulsando para dar este paso. Gracias por todos sus comentarios y tenían razón, sí podía.

AMPARO

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## DEDICATORIAS

### **A HUGO:**

Te dedico este trabajo a ti que me impulsaste y me animaste, ayudándome siempre en las buenas y en las malas para seguir adelante y no desistir.

Tú que no me dejaste caer y al contrario me elevas cada vez más con tu amor. Especialmente para ti con todo mi amor.

### **A MIS PADRES:**

Sr. Luis Sánchez Acosta y Sra. Consuelo Cortés de Sánchez, quienes con su ejemplo y responsabilidad me guiaron para llegar a esta gran satisfacción.

A ustedes que con incansable esfuerzo luchan día a día, así como lo han hecho por mí. Es el momento de otorgarles una de tantas recompensas que se merecen, les dedico estas líneas que simbolizan un poquito de todo el empeño puesto en mí.

### **A MI HIJA SAMANTHA:**

Por ser el principal motor para mi superación y mejoramiento en la vida, porque eres todo: el amor, el viento, la noche, el amanecer, porque eres mi vida entera.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Agradezco de manera muy especial a RUBI porque sin ti mi vida, en esta etapa se hubiera vuelto un caos. Gracias por apoyarme y ayudarme en casa y a cuidar a mi hija. Gracias por tu amistad y cariño.

También agradezco con todo mi corazón a quienes me apoyaron incondicionalmente y con cariño a: LALA, EL GORDO, CRISTI.

ANGÉLICA

TESIS CON . . .  
FALLA DE ORIGEN

## DEDICATORIAS

### **A MIS PADRES:**

Por tanto amor que me han demostrado y el apoyo incondicional que me han dado, por inculcarme la perseverancia y el respeto. Gracias por todo.

### **A JORGE:**

Por el apoyo que me brindó. Gracias.

### **A MI NIÑA KENIA:**

Por ser mi todo y mi mundo, por ayudarme a conocer el amor de madre y darme ánimos cuando más lo necesito. Por ser un aliciente para superarme.

### **A PILY Y MILY:**

Hermanas significa mucho, pero amigas significa todo, gracias por su apoyo y cariño incondicional.

ESTE CON  
FALLA DE ORIGEN

--- KARINA

## AGRADECIMIENTOS:

### **A VICTOR MANUEL DÍAZ LEÓN:**

Porque siempre fuiste incondicional a nuestro llamado. Gracias por tu paciencia, fuiste un gran apoyo y porque demostraste ser un verdadero amigo.

### **A LA LIC. LOURDES GARCÍA MINJARES:**

Por ser tan accesible y estar siempre dispuesta a apoyarnos.

### **AL LIC. DINACIANO ALVARADO:**

Por todas las facilidades otorgadas.

### **A LA UMAD:**

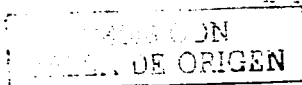
Por darnos las armas necesarias para enfrentarnos al mundo sin miedo alguno.

### **A LIZETH:**

Gracias por tu esfuerzo, tiempo, disposición, ya que sin querer, formaste parte del equipo, sin ti no la hubiéramos brincado.

### **A GABBY RUIZ OSORIO:**

Si no nos hubieras brindado tu mano, esto no hubiera llegado a su fin. Gracias de todo corazón.





## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	I
PLANTEAMIENTO .....	III
JUSTIFICACIÓN .....	VI
OBJETIVOS .....	IX
HIPÓTESIS .....	IX

### **CAPÍTULO I LA RADIO**

1.1 Definición de la Radio .....	1
1.1.1 Cualidades y ventajas de la Radio .....	3
1.1.2 Funciones de la Radio .....	5
1.2 La Radio en Puebla .....	8
1.3 Radiodifusión Estatal .....	14
1.4 Radio Universitaria .....	19

### **CAPÍTULO II UNIVERSIDAD MADERO**

2.1 UMAD .....	25
2.1.2 Filosofía .....	28
2.1.3 Misión .....	30
2.1.4 Visión .....	30
2.2 Misión Docencia .....	31
2.3 Visión Docencia .....	31
2.4. Coordinación de Comunicación e Información .....	32

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

3.1 Metodología .....	35
3.2 Tipo de Investigación .....	36
3.3 Sujetos .....	36
3.4 Muestra .....	38
3.5 Estratificación .....	40
3.6 Instrumentos de Medición .....	41
3.7 Procedimientos .....	42
3.8 Resultados de la Información obtenida .....	43

### **CAPÍTULO IV CONCLUSIONES**

4.1 Conclusiones .....	55
4.2 Propuesta de Programación de Radio Continua .....	58
Bibliografía .....	64
ANEXO (Cuestionario) .....	66

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

"Llegará un día en que un hombre te hablará a miles de kilómetros de distancia, y tú tranquilamente le podrás escuchar donde estés, más no le podrás ver por estar tan lejos".

Quinta profecía maya

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo evoca la propuesta de una programación continua de radio interna para realizarse en la Universidad Madero, con el objetivo que de llevarse a cabo cumpla con las expectativas de hacer una radio de calidad y que fortalezca los lazos de comunicación entre los miembros universitarios, así mismo que sea un medio que permita al alumno poner en práctica sus conocimientos para adquirir experiencia.

Esta investigación se encuentra dividida en cuatro capítulos en donde se expondrán tanto historia de la radio, la universidad, así como los resultados y conclusiones arrojados por dicha investigación.

El primer capítulo comprende lo que es la Radio en cuanto a significado, características y funciones de la misma, que es básico conocer para desarrollar el tema de investigación. También se menciona la historia de la radio en México que es una semblanza de las primeras transmisiones o experimentos que se llevaron a cabo en la República Mexicana, otro apartado es la historia de la radio en México y una mención de la radio universitaria.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El segundo capítulo habla de la historia de la Universidad Madero, sus comienzos, su filosofía, la misión, visión, docencia y coordinación de comunicación.

En el tercer capítulo se presenta la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, se menciona el tipo de investigación que se empleó, la cual fue aplicada, al mismo tiempo se expone la técnica de levantamiento de información utilizada. Se muestran los resultados en gráficas y la interpretación de los mismos.

El cuarto capítulo expone las conclusiones de todo el material recopilado y se anexa la propuesta de la programación con los objetivos y secciones para dicho proyecto.

TESIS CON  
TALLA DE ORIGEN

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La radio es un medio de penetración dentro del contexto social de la comunicación, debido a la cantidad de público al que llega por su diversidad de mensajes, así como por su presencia. También se concibe como un instrumento de educación y cultura popular, y como promotora de un auténtico desarrollo ya que tiene una función que cumplir y un aporte que hacer. Las sociedades se enlazan a través de la palabra que viaja a distancias y que al entrar por el oído informa, convence y transforma.

La radio es más que un simple medio, es todo un sistema de comunicación que enlaza y compromete a millones de personas pues desde sus principios ha tenido los compromisos de comunicar e informar.

La radio es un medio de comunicación masiva de fácil acceso a los sectores sociales porque desde décadas atrás, la radio representa un vehículo importante para la sociedad en general, ya sea desde el punto de vista informativo hasta de entretenimiento.

La fuerza y el éxito de la radio se deben a un público polifacético, al nivel de integración que posea y a la capacidad que tengan de satisfacer gustos y necesidades.

Tomando en cuenta la importancia de la radio se puede pensar que tiene la misma dentro de una institución universitaria.

Particularmente la Universidad Madero (UMAD), no cuenta con una transmisión continua de radio. Es factible crear una programación que cumpla con tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, el entretenimiento, la información y el servicio a la comunidad estudiantil. De igual manera, se puede aprovechar el caudal de conocimientos, el talento y la creatividad de los mismos integrantes universitarios, es decir, que hay muchas posibilidades de realizar una programación de radio con calidad.

Una programación de radio tiene una finalidad, un objetivo y propósitos; no se puede improvisar ni llenar espacios vacíos. Se debe tomar en cuenta el horario, el momento de transmitir y el tema del programa.

A pesar de que la carrera de comunicación dentro de la UMAD tiene tiempo de haberse creado, no se ha logrado desarrollar una programación continua de radio interna que fortalezca los lazos de comunicación entre todas las carreras, directivos, etc.

El problema es que se desconocen los contenidos y giros de los programas, así como los gustos y preferencias de los estudiantes.

Por lo tanto, se pretenderá conocer si:

¿Los estudiantes de la UMAD desean escuchar una programación continua de radio interna y cuáles son los gustos y preferencias de los mismos?

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## JUSTIFICACIÓN

La radio es un medio de comunicación que llega simultáneamente a millones de personas.

En la actualidad, miles de aparatos de radio están presentes en hogares, restaurantes, automóviles, oficinas, etc. Se cree que es totalmente válido que en las instituciones educativas también se cuente con este importante medio de comunicación de manera interna.

Se sabe que la comunicación entre los seres humanos nunca es fácil u mucho menos cuando no se cuentan con imágenes, colores, sólo con sonidos e imaginación.

La radio tiene tres funciones principales que cumplir: informar, educar y entretener.

Tomando en cuenta lo anterior se decide crear una propuesta de programación de radio continua e interna para la UMAD.

La importancia de esta investigación radica en que por medio de ésta, se llegará a conocer si los alumnos quieren una transmisión continua de radio, los temas y la música que deseen escuchar, informarse de lo que sucede entorno a la universidad y que lo más atractivo para ellos sea contar con un espacio de libre expresión.

Dicha programación radiofónica ofrecerá a los estudiantes, contenidos que le sean de interés de acuerdo a sus gustos y preferencia (temas, música, horario, duración, etc), esto permitirá ampliar y fortalecer los canales de comunicación entre todos los alumnos universitarios y que así mismo sirva para la práctica de los estudiantes de comunicación que estén interesados en el área de radio. Por lo tanto, coadyuvará a la integración de los propios estudiantes de esta institución, pues la radio da la oportunidad de generar un ámbito de servicio y de expresión para diferentes modos de pensamiento.

Con el conocimiento de los gustos de los estudiantes, la conformación de los contenidos y el tipo de programación en la radio de la UMAD. Se considerará una programación específica, la cual estará destinada para satisfacer la inquietud de los alumnos pero también deberá estar sujeta a los cambios conforme a la demanda de los estudiantes.



Por la experiencia de nuestra estancia universitaria en la carrera de comunicación, donde no se contaba con los recursos necesarios para realizar una transmisión radiofónica. Se piensa que es importante e interesante que exista una transmisión continua que fortalezca la comunicación en general, que hagamos amena la estancia de los estudiantes dentro de la institución en sus ratos libres, escuchando la música de su preferencia, enterarse de lo que sucede con otras carreras, entre otros asuntos.

Esta investigación dará oportunidad a quienes se interesen en la comunidad universitaria de participar directa o indirectamente, pues se abrirá un espacio para quienes tengan aptitudes e inquietudes en exponer ideas, pero también será una vía de comunicación importante en la UMAD.

## OBJETIVO GENERAL

Proponer una programación radiofónica interna en la UMAD para transmitirse en un horario determinado, con base en los gustos y preferencias de la planta estudiantil.

## OBJETIVOS PARTICULARES

- Detectar el horario, formato, duración y género preferido por los alumnos de la UMAD.
- Aprovechar la programación para que los propios estudiantes (de todas las carreras), hagan uso de los espacios.

## HIPÓTESIS

Si se conoce el horario, género, formato, duración y temas a tratar que prefieran los alumnos de la UMAD para una programación radiofónica universitaria, se obtendrá una propuesta de programación de radio de acuerdo a estas preferencias.

VI.- Horario, género, formato, duración y temas a tratar que prefieren los alumnos de la UMAD para una programación radiofónica universitaria.

VD.- Propuesta de programación de radio de acuerdo a dichas preferencias.

## CAPÍTULO 1

### 1.1. DEFINICIÓN DE LA RADIO.

La radio, en tanto el medio de comunicación es un complejo tecnológico que pone en contacto por lo menos a dos sujetos: emisor – receptor.

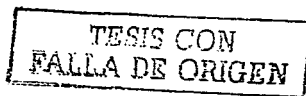
La radio se utiliza para: informar, concienciar, entretener, educar, comercializar. Al ser imaginativa, invita a poner en acción esta imaginación por ser unisensorial.

La radio es un elemento de lo que se ha dado a llamar "Comunicación social", puesto que se tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes. La radio es un medio de comunicación masiva en donde el receptor es igual a una masa informe y en ese contexto podría definirse mas bien como un medio de difusión, de información o de "irradiación a la masa que constituye al receptor", que no establece necesariamente un proceso de comunicación en el sentido estricto. Dennis Mc Quail asigna a los medios masivos siete características comunes las cuales pueden ser detectadas en la radio. Estas características son:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- a) Necesidad de una organización formal – compleja.
- b) Dirigida a públicos amplios.
- c) Contenidos públicos, abiertos a todos.
- d) Públicos heterogéneos.
- e) Alcance simultáneo "a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hayan lejos unas de otras".
- f) La relación entre emisor y público es impersonal.
- g) El público es un conglomerado de individuos a los que unen un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

Si la radio es un medio de comunicación masiva, de difusión, de comunicación social o solamente de comunicación tecnificada, dependerá siempre de los criterios de utilización, de la educación del mensaje al proceso y sobre todo del papel que juegue el auditorio de la radio. Si el destinatario del proceso, el auditorio, es considerado como el elemento importante, tanto más podrá considerarse al medio como un medio de comunicación sin calificativo.



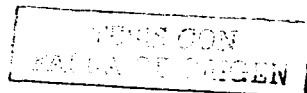
### 1.1.1 CUALIDADES Y VENTAJAS DE LA RADIO

La radio en cuanto a su aparición cronológica, es el tercer medio de comunicación de masas, tras la prensa y el cine. Una vez que el desarrollo técnico demostró que era posible la transmisión de mensajes sonoros a larga distancia a través de la utilización de radiaciones hertzianas moduladas, la radio en poco tiempo adquirió las características propias de un medio de difusión colectiva.

La radio está perfectamente capacitada para operar como elemento de mediación social a través del trabajo que ejercen los comunicadores sociales. Es el más barato, el de más fácil producción y sobre todo, dada su ubicuidad y accesibilidad, el de mayor penetración.

La radio más que cualquier otro medio llega a todos los grupos de la población debido a que es el medio más socorrido por todos: en el transporte, en la calle, el trabajo, el hogar, pues este medio no requiere sino de la disposición del sentido auditivo. En nuestra sociedad las personas gustan de sentirse acompañadas y para lograrlo cuando tienen que realizar otra actividad, escuchan la estación que más les agrada: los programas musicales e informativos.

Las características de la Radio, como sistema de comunicación son:

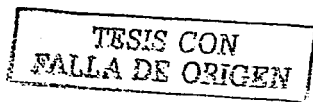




- Agilidad, rapidez, cercanía.
- Interés por los problemas locales.
- Es compañía, sobre todo para las personas solas.
- Puede llegar a lugares lejanos que no tienen electricidad.
- Presta ayuda humanitaria e importantes servicios a la comunidad.
- Atender a la radio es compatible con el trabajo doméstico.
- Programación prolongada, aún a lo largo de toda la noche.
- Costo económico bajo.

#### SUS VENTAJAS:

- Es el método de comunicación más rápido y persuasivo.
- Es un medio más fácil, asequible, barato, transportable. Es un amigo cercano y accesible.
- Los especialistas definen a la televisión como un medio frío y a la radio como un medio caliente. Pues el primero hace del espectador, un prisionero y el segundo, le deja libre tanto sus movimientos físicos, como su imaginación.
- La radio es un instrumento muy eficiente para la educación y para revalorizar la cultura propia.
- Por su rapidez y flexibilidad la radio es el medio por excelencia para trabajar en directo. Es un instrumento de gran autonomía.



Entre las principales desventajas de la radio se encuentra que...

- La radio nos ofrece un producto muy efímero. La palabra hablada, en contraposición a la escrita, es muy fugaz. Esta palabra fugaz fácilmente puede ser deformada por el oyente.
- La radio es un medio más progresista, más espontáneo que la televisión, pero eso mismo lo lleva a la improvisación y a la superficialidad.
- La radio tiene también el peligro de perder seriedad, de convertirse en una "radio cocina" o en una radio de complacencias musicales.
- La radio se constituye, la mayoría de las veces en un instrumento de comunicación unidireccional: el mensaje llega hasta el oyente pero las mismas reacciones y las ideas de éste no llegan hasta la radioemisora.

### 1.1.2 FUNCIONES DE LA RADIO

En su obra "La Radio, el despertar del gigante" Francisco de Anda afirma que las funciones de la radio son: Informar, educar, entretener a lo que se añade. La radio también:

- ✓ Motiva y propone no dar recetas hechas, mensajes acabados. Es el público el que debe analizar y sacar conclusiones.
- ✓ Descubre temas, personajes, países, culturas, etc.
- ✓ Relata historias de la gente, que ayudan a la reflexión personal y colectiva.
- ✓ Cuestiona enfrentando a cada persona consigo misma e invitándola a revisar sus actitudes a fin de formarse una opinión propia. Cuestionar también las acciones y actitudes de los demás con el fin de lograr una opinión pública.
- ✓ Suscita conflictos como estrategia educativa. La gente con la radio aprende, busca soluciones, consigue ayuda. A través de la radio se socializan los temas y problemas particulares.
- ✓ Divierte y relaja. La radio es la gran compañera de la persona en ratos de descanso y en ratos de trabajo cuando éste no requiere de mayor atención (Producciones de Programas de Radio, M. Kaplúm. CIESPAL. p. 72. 1978).

Hace más de 60 años Bertolt Brech dio la pauta sobre las funciones de la radio. "La tarea de la radio no se limita a la simple retransmisión de informaciones. Además organizar su recolección, es decir, transformar las informaciones dadas en respuestas. La radio debe hacer posible estos intercambios. Solo ella puede organizar las grandes discusiones entre los grandes sectores de la sociedad. (Jaime Godedcit. Pos. Quevedo Orozco, María de Lourdes, Ingenio con sentido, un manual para la planeación y prevención radiofónica. p. 42).

Según Charles Wright, los medios de comunicación tienen asignadas funciones específicas como son:

1. Vigilancia del medio ambiente.
2. Contribuir para que la sociedad responda a su medio ambiente.
3. Transmisión de la herencia social.
4. Entretenimiento.

Jorge Lozoya en su artículo "El estatuto de la radio y la televisión" incluye que la radio debe cumplir con las siguientes funciones:

1. Información.
2. Educación y cultura.
3. Desarrollo para la modernización.
4. Movilización política y social.
5. Entretenimiento y recreación.
6. Publicidad y anuncios.

Ahora bien, al entablar una relación entre las anteriores clasificaciones, se puede decir que el entretenimiento, el desarrollo, la publicidad y los anuncios, cumplen con la función modernizadora y progresista, mientras que el resto de las categorías lo hacen con la función democrática.

La radio como medio de comunicación además de ser un vehículo de información, propaganda y entretenimiento, puede ser modelador de conductas a través de la transmisión de valores y conocimientos. Puede a su vez, ser la que promueva a los líderes sociales del hoy pensando en el mañana, es por ello que la radio es la ideal para lograr grandes objetivos.

## 1.2. LA RADIO EN PUEBLA

En este apartado se darán a conocer los aspectos más relevantes de la historia de la radio en Puebla, ya que es de vital importancia conocer la evolución del medio dentro de la ciudad, para comprender la situación actual de la radiodifusión poblana.

En Puebla, los precursores de la radio fueron los señores Ignacio Landa, Roberto A. Rojas y Juan Presno. El primero, en 1908, llevó a cabo los experimentos con un carrete de transmisión "Runkar" desde su domicilio hacia la Universidad Católica, que se encontraba ubicada sobre la calle de Belén.

\*En 1912, Don Roberto A. Rojas instaló en su domicilio particular de la antigua calle de la Concordia, hoy 3 Sur 901, un cursor de Marconi, primitivo aparato

consistente en un tubo de cristal que contenía limaduras de hierro, cuyo movimiento generaba corriente eléctrica, haciendo posible la recepción del mensaje". (Llano Serafina, Morales, Oscar 1984, p. 95).

Los nombres anteriormente citados, eran apasionados de la radio-transmisión e instalaron aparatos en sus domicilios recibiendo los mensajes inalámbricos transmitidos por los barcos que se acercaban a los puertos mexicanos. En la cercana población de Cholula, también se instaló un puesto de transmisión, que comunicaba a ésta con la ciudad de Puebla.

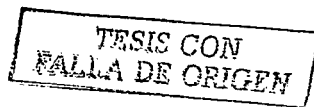
Lamentablemente estas actividades ocasionaron un grave incidente que estuvo a punto de terminar con el fusilamiento de Roberto A. Rojas, pues en el año de 1917, al entrar a la ciudad de Puebla las tropas zapatistas, uno de los jefes descubrió en casa del Señor Rojas una antena, lo que fue suficiente para que fuera aprehendido y fuera llevado al cuartel de San José donde se ordenó su fusilamiento, acusado de utilizar el aparato de transmisión para enviar noticias al enemigo.

Después de este incipiente intento, fue hasta 1925 cuando se estableció la primera estación de radio en la ciudad de Puebla, por el señor Ramón Huerta, instalándose en la 2 Norte, en el antiguo Hotel Guadalajara, bajo las siglas "C. Y. E",

que amparaban la autorización de la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. Una segunda empresa, se instaló en la antigua calle de Cholula, hoy Avenida Reforma no. 300, y funcionó de 1930 a 1932 bajo las siglas "X. E. B".

Posteriormente, "Don Ramón Huerta y Don Pedro Díaz Rubín, instalaron la radiodifusora "X. E. T. H", llamada *La Voz de Puebla*, misma que posteriormente fue denominada por la gente como *La Voz del Huarache*, la cual operó de 1932 a 1939" (Llano, Serafina, Morales Oscar, 1984, p. 100), año en el que sufrió un atentado en sus instalaciones en la colonia Humboldt.

En 1939, un señor de apellido Keit, instaló la emisora "X. E. H. R", con planta de transmisión ubicada en la Avenida 46 Poniente, Colonia Santa María. Poco tiempo después, la empresa radiofónica pasó a manos del señor Roberto Cañedo, quien instaló las oficinas y estudios en un local interior del cine Reforma, posteriormente se trasladó al salón Benavente (Avenida 3 Poniente 101), tiempo después cambió de residencia a la Avenida Reforma número 100, y luego al edificio Alles sobre la 12 Poniente, hasta instalarse junto con otras estaciones, en la Avenida 15 de Mayo 2939, Fraccionamiento Las Hadas, lugar donde permanecen sus instalaciones hoy día.



El 5 de Mayo de 1940 fue inaugurada la radiodifusora "X. E. C. D." 11.70 de A. M. *La Divertida*, por el entonces presidente de la República, el General Manuel Ávila Camacho, en los altos de una casa del Portal Iturbide, siendo gerente y propietario, Ricardo Vázquez. Años después tomaron la dirección de la empresa, Pedro Barrios y Oscar Fred. Para 1936 Joaquín Grajales compró la estación y traslada sus instalaciones a la Avenida Reforma número 119.

La radiodifusora "X. E. P. A", *Radio Angelópolis*, fue inaugurada el 25 de Octubre de 1958, con una potencia de 5000 watts, capacidad de transmisión que para ese entonces era superior a cualquier estación local. Sus ondas de transmisión cubrían todo el territorio poblano, así como los estados de Tlaxcala, Veracruz, Hidalgo, Morelos y el Distrito Federal. Sus primeras oficinas estuvieron ubicadas en la 7 Poniente 102 y su planta transmisora en la granja de Xilotzingo - Tetela, hacia el rumbo de Valsequillo. Al poco tiempo de haber sido inaugurada cambió de nombre por el de *La Poblanita*, y tiempo después a *La Grande*, hoy en día se conoce como la *Ke buena*, de Medios Publicitarios de Puebla, S. A. de C. V.

Para el año de 1969 la industria de la radiodifusión continua creciendo, precisamente en esa fecha, se realiza la primera transmisión de XEIT, *Radio Fiesta*, que poco tiempo después cambió de nombre al de *Radio Hit*, actualmente pertenece al grupo *Corporación Puebla de Radiodifusión*, bajo el título de *La Tremenda*.

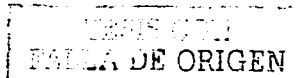


El primero de Agosto de 1972, la XHZM-FM, Radio Primavera, que transmitía una programación de baladas románticas en español, cambia su nombre a Stereo Rey. 21 años después toma el nombre de "Ultra 92.5" y su programación se basa en música pop en inglés y español y es propiedad del grupo Zoma, que representa la familia Zorrilla

En ese mismo año se funda Organización Radio Oro, al unirse la XECD, propiedad de Radio Puebla S. A. y la XEZT, *La Máquina Musical* de Radio Principal S.A. Esta última hoy conocida como *Radio Tribuna*, perteneciente al grupo Tribuna Comunicación.

En 1974, hace su aparición en el cuadrante la XEPOP, *Radio Mundo*, llamada posteriormente *Radio Classic*, hoy en día es denominada, *Preciosa, la música del recuerdo*, quien pertenece a Grupo Acir Puebla. Para 1975 se funda la XHNP-FM, *La Tropicálida*, conexasiónada a Carlos Fradera Brunet, poco después cambia su nombre al de *Fantasia FM*, con una programación basada en música en inglés, posteriormente fue denominada 89.3 y actualmente se conoce como *La Grupera*.

El 12 de Febrero de 1975, la XHRH-FM, *La Romántica*, transmite por primera vez al aire, hoy en día esta estación pertenece a Grupo Acir Puebla. Al paso de dos



años, surge en el cuadrante poblano una nueva radiodifusora concesionada a Organización Radio Oro: la XHRS-FM, *Radio Lobo*, estación que pertenece actualmente a Corporación Puebla de Radiodifusión.

Para 1979 se funda una nueva estación denominada XHORO-FM, *Radio Oro*. En ese mismo año, pero en el mes de Abril, inicia transmisiones la XHV-FM *Super Stereo Tropicalísima*, quien cambiara de nombre a *Stereo Rock* y posteriormente a *La Tropical*, de igual forma, cambia su frecuencia del 90.0 al 102.1 de FM. Hoy en día, pertenece al grupo radiofónico más joven de la ciudad: *Marconi Comunicaciones*.

El año de 1983, tiene una gran importancia para la radiodifusión poblana, pues a partir de esta fecha las estaciones de radio se unen para conformar los grupos radiofónicos que conocemos hoy en día. Organización Radio Oro se divide dando nacimiento a Corporación Puebla de Radiodifusión con dos estaciones: *La Tremenda* y la *Q-Bonita*, ambas en A. M., diez años después la XHRS-FM *Radio Lobo*, se integra a este grupo. Organización Radio Oro por su parte, queda integrada por: la XECD A.M., XHORO-FM.

Para 1987 se desarrolla un nuevo grupo radiofónico con la unión de la XEHR Radio Acir, la XHRH *La Romántica*, XHVC *La Tropical Caliente*, XHRC *Stereo*

*Amistad, hoy La Grupera, la XHJE La Chica Musical, hoy conocida como Mas 94, y la XEPOP La Sabrosa, hoy denominada Preciosa 1120, para formar Grupo Acir Puebla.*

El 25 de Agosto de 1997, se iniciaron las transmisiones de *Radio Buap* a través del 96.9 F. M., convirtiéndose en la primera estación universitaria con permiso autorizado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Para el 2 de Diciembre, inicia sus emisiones la radiodifusora educativa de la Secretaría de Educación Pública del Estado de Puebla denominada SICOM-F. M., cuyas siglas asignadas son XHSIC.

Para 1998, *Radio Alegría*, pasa a formar parte de una de las cadenas más importantes de radiodifusión del mundo hispano: *Radio Fórmula*. Hoy en día, esta radiodifusora pertenece al Grupo Marconi Comunicación, formado en el 2002. Este grupo, es el más joven en la ciudad de Puebla.

### 1.3 RADIODIFUSIÓN ESTATAL

La radiodifusión a cargo del estado recibió el mayor impulso en la década de los ochentas en el período presidencial de Miguel de la Madrid, tras el

establecimiento de sistemas estatales de comunicación social y la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Como ocurre en la mayor parte de los planes gubernamentales en este país, las necesidades de autorizar emisoras para el sector social, para abrir espacios de participación, se tradujeron en una organización amplia de la radiodifusión del Estado y prácticamente la negación de permisos a los demandantes que se encontraban fuera de esa estructura.

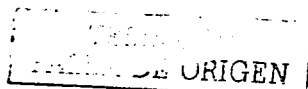
Varias universidades, grupos sociales y hasta entidades estatales, han visto frustradas sus negociaciones para conseguir alguna frecuencia. Solo se han otorgado a algunos gobiernos estatales que estén dispuestos a trabajar con el IMER y algunas solicitudes del propio instituto; esta situación ha permitido que la centralización, tan propia de la vida pública de México, esté todavía presente en la radio, supuestamente de servicio público.

Según Pasquali (1995), para que una radio se considere de servicio público debe tener las siguientes características:

1. Ser independiente, participativa y de alta calidad.

2. Alimentarse con fondos del erario público.
3. Tener alcance nacional.
4. Respetar a sus usuarios y reconocerlos como personas inteligentes, cultivadas y sensibles.
5. Considerar a la cultura como sinónimo de calidad.
6. Establecer redes propiciando la regionalización y la descentralización.
7. No sea repetidora de programas y mensajes ajenos, sino productora de sus propios programas.
8. Ofrece alternativas a los diversos gustos y necesidades, elevando los gustos de los oyentes.

Observando estas características, difícilmente podremos reconocer a la radio estatal como de servicio público. Esto se debe principalmente a la centralización. Ya mencionada y a la falta de financiamientos que hace a las emisoras de las entidades federativas recurrir al IMER, radio educación y en ocasiones a radio UNAM para obtener programas con qué llenar el tiempo y reducir la emisión de música.



El alcance de este tipo de radio no es todavía nacional, ni en el sentido geográfico, ni el social. En un buen número de estas estaciones se sigue pensando que lo único transmisible es la música culta y prácticamente no existe la producción local que permita lograr nuevos radioescuchas; peor aún en algunas de ellas la música comercial, que no popular, tiene un buen espacio. No se justifica que la única estación de radio en una localidad financiada por los impuestos, atienda principalmente, a aquellos que han sido beneficiados en todos los aspectos principalmente de la cultura y la educación.

En el modelo de la radio estatal, encontramos varios tipos de estaciones:

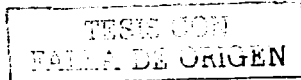
1. La primera posibilidad son las radiodifusoras dependientes de alguna instancia gubernamental. En esta situación solo existe radio educación, en la ciudad de México, que depende de la Secretaría de Educación Pública y que ha logrado no ser absorbida por el IMER y las estaciones del Instituto Nacional indigenista.
2. El segundo tipo lo constituyen las estaciones dependientes de los gobiernos de los estados, algunas de ellas formando parte de los sistemas estatales de comunicación social.

3. La tercera posibilidad serían las emisoras que siendo permisionadas al gobierno estatal son operadas directamente por el IMER a través de un convenio de colaboración.
4. Por último, las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio son el grupo más representativo de la radio estatal, actualmente tienen un estatuto legal diferente.

La radio estatal pareciera sintonizarse en el centro de una convulsión financiera, sin proyecto, ni experiencia comercial, sin posibilidades de emprender programas ambiciosos y sin muchas ganas de resolver sus problemas.

Agotada la tradición del estado paternalista, hoy en día, la radio estatal no es rentable; es un servicio y una posibilidad de llegar ser un espacio de diálogo y confrontación, un vínculo permanente con la sociedad.

Son contadas las propuestas que formulan el establecimiento de un auténtico modelo de radio social, política y cultural. Una interrelación abierta y decidida entre el proyecto radiofónico y la sociedad. Un proyecto que impulse la presencia de la ciudadanía en el cuadrante. Las radios se dicen plurales y siguen manejando



principios dogmáticos, se nombran participativas aunque prevalezcan los elitismos y oficialismos. La comunidad, salvo valiosas excepciones, sigue estando al margen de las emisoras. Sin la sociedad no hay participación, integración y recuperación.

Garantizar la supervivencia de la radio no es responsabilidad exclusiva del gobierno, lo es también de la sociedad, y la sociedad sólo va apoyar un canal que sienta suyo.

#### 1.4 RADIO UNIVERSITARIA

La radiodifusión universitaria se inició en México en 1937, cuando el 14 de Junio fue inaugurada la XEXX (ahora XEUN) Radio UNAM, que cumpliría un amplio programa de extensión cultural, por medio de la radio y programaría: difusión del acervo musical, literatura y drama, extensión de la docencia, divulgación de la ciencia, emisiones internacionales dirigidas a los México-norteamericanos e información artística y científica.

Un año después se lanzaba al aire la XEXQ de la Universidad de San Luis Potosí, por su parte la Universidad Veracruzana inauguraba la XERUV en 1947.



Posteriormente, en la década de los sesenta, surgen cuatro estaciones más en Guanajuato, Sonora, Oaxaca y Yucatán, el 50% de las radios universitarias actuales aparecieron en los setentas, como las Universidades de Sinaloa, Guadalajara, Michoacán, Durango, Baja California, Aguascalientes y Querétaro. Desde 1979 no se había otorgado otro permiso a ninguna universidad, a pesar de que varias lo habían solicitado como son los casos de las Autónomas de Guerrero y Puebla.

El 24 de Agosto de 1997 surge *radio BUAP*, después de casi 40 años de gestiones, la ciudad de Los Ángeles, comenzó a escuchar el resultado de las peticiones, esfuerzos y reclamos de varias generaciones de universitarios.

En términos generales, la existencia de las radiodifusoras universitarias responde explícitamente a la tercera función de la universidad que es la extensión académica y la difusión cultural. La universidad como creadora de conocimientos y cultura busca los medios adecuados para que ese saber y esa expresión trasciendan al espacio universitario y colaboren en la transformación de la realidad.

Para otras, la función de la radio universitaria, es ocuparse de difundir la cultura de excelencia, dejando las expresiones populares para otras estaciones. Tal

vez esta opinión pueda resultar atinada ahora, cuando existen radiodifusoras no comerciales más populares. Sin embargo, la difusión de la cultura de excelencia se ha entendido como la emisión de la música culta, casi exclusivamente, y no como un medio a través del cual se extienda el saber hacia los grupos que no tienen acceso a las aulas universitarias.

Por su propia naturaleza y atendiendo a los fines universitarios, las radios de las instituciones de educación superior deben combinar la emisión de programas culturales, educativos, informativos y de análisis. Sin embargo, para lograrlo la situación de la mayoría de ellas, es precaria. No todas las universidades tienen conciencia del valor de su emisora y no la proveen de los recursos necesarios, ni les prestan la atención debida.

La mayor parte de las emisoras universitarias transmiten programas de transcripción de las grandes radios internacionales. Si bien este aporte llena varias horas de programación, que de otra manera sería problema, los contenidos ni remotamente se refieren a problemáticas o intereses locales o nacionales. Varias emisoras universitarias, retransmiten los noticiarios del IMER y de radio educación, siendo en ocasiones, el único informativo.

Si las universidades no son capaces de obtener, procesar y difundir información objetiva del acontecer cotidiano, no merecen tener los canales radiofónicos que usufructúan. La situación que vive una universidad con frecuencia se refleja en su radio.

A pesar de lo anterior, la existencia de las radios universitarias es un placer que algunos han sabido disfrutar y la mayoría desconoce. Estas radiodifusoras han ayudado a la difusión, de las más importantes manifestaciones de la cultura universitaria y las diversas expresiones de la cultura universal.

El Estado mexicano no tiene interés implícito en las radios universitarias, las ignoró al emitir la ley de radio y televisión, no las enumeró entre las posibilidades de las emisoras permisionadas y no se ocupó de ellas, como lo hizo con las emisoras experimentales y las escuelas radiofónicas.

En varias ocasiones las radiodifusoras universitarias se han reunido y han hecho explícitas sus demandas. La mayoría de ellas se refieren a la solicitud de mayor apoyo en todos los sentidos por parte de las propias universidades. Se solicitan mejoras en los aspectos técnicos y facilidades para intercambio de producciones y encadenamientos.

En 1980 se creó el Programa Nacional de Colaboración de las Radiodifusoras Universitarias (PNCRU), estableciéndose los siguientes objetivos:

- 1) Fomentar, fortalecer e impulsar la labor radiofónica universitaria.
- 2) Conocer y relacionarse con otros organismos y programas multinacionales que persigan propósitos similares.
- 3) Promover la condición plural, abierta a todas las corrientes del pensamiento, de la radiodifusión cultural universitaria.
- 4) Coadyuvar a la difusión con mayor amplitud posible, de las más importantes manifestaciones de la cultura universitaria y, en particular, de las diversas expresiones de la cultura mexicana.

Asimismo, se dividió regionalmente la participación y se establecieron cinco comisiones:

- a) De organización
- b) Técnica
- c) De coproducción y copiado
- d) De redes y enlace
- e) De información

También se acordó apoyar las solicitudes de permisos de las universidades que ya se tenían presentadas, balancear la difusión de la cultura universal y la nacional, llevar a cabo programas de capacitación del personal y establecer los planes de organización y trabajo regionales.

Por otro lado, se han realizado sondeos de audiencia en los que las radiodifusoras universitarias se colocan siempre en los últimos lugares, y los estudiantes de las propias universidades son los que menos escuchan las emisoras. Sin duda, el principal beneficiario de las radios universitarias está siendo el núcleo de la población que ya disfruta de la buena música y de programas de contenidos que verdaderamente vale la pena escuchar.

## CAPÍTULO II UNIVERSIDAD MADERO

### 2.1 UMAD

La historia de la Universidad Madero comienza en 1874, año en el que se funda el Instituto Metodista Mexicano (IMM) del cual obtiene su filosofía de excelencia y servicio que son ya toda una tradición. Sin embargo, la primera experiencia de la UMAD respecto a los planes de estudio fueron adquiridos de la máxima casa de estudios del país: La Universidad Nacional Autónoma de México, ya que la UMAD comenzó con el respaldo de dicho sistema, por lo cual, la filosofía del Instituto Metodista Madero aunado a la experiencia de la UNAM brindó las mejores opciones de desarrollo académico a egresados hasta el año de 1990. Desde entonces, la UMAD ha implementado el sistema proporcionado por la SEP.

Cabe recalcar que la inquietud de fundar lo que sería la primera universidad protestante en la República Mexicana data de 1888, este sueño no fue materializado hasta 1982 cuando a iniciativa del Contador Público Donato Rodríguez Romero se crea la Escuela Superior de Administración y Contaduría incorporada a la UNAM con el anhelo de proporcionar a la juventud estudiantil, la mejor opción en cuanto a estudios superiores se refería.

En Agosto de 1986 en una ceremonia que se realizó en la Biblioteca Palafoxiana se obtuvo el nombre oficial de Universidad Madero. El nombramiento fue recibido por Job César Romero, actual rector de la UMAD.

En el año de 1991 dado el importante crecimiento que manifestaba la población estudiantil se consideró la necesidad de un mayor espacio y de unas instalaciones más modernas, funcionales y equipadas. Por tal motivo, se inició la construcción del nuevo campus en la zona de Zavaleta al Poniente de la ciudad. La primera etapa de este campus fue inaugurada en Septiembre de 1992.

En Agosto de 1993 debido a la demanda de opciones de los futuros estudiantes se iniciaron los cursos de 3 nuevas carreras y diplomados, las nuevas licenciaturas fueron:

- Licenciatura en Diseño Gráfico.
- Licenciatura en Mercadotecnia.
- Ingeniería en Sistemas Computacionales.

Dichas carreras fueron creadas en respuesta a la demanda de los tiempos modernos.

Gracias al éxito obtenido, en Agosto de 1994 se abrieron más carreras:

- Ingeniería Industrial
- Lenguas Extranjeras

Este exitoso crecimiento de la UMAD hizo que entre 1997 y 1998, dado a que la infraestructura lo permitió se incluyeron la Maestría en Comercio Internacional y Mercadotecnia. También se abrió la Especialización en Desarrollo de Habilidades del Pensamiento.

La UMAD, cuenta con diversos programas institucionales para seguir apoyando a la formación de los alumnos:

- ✓ Programas de becas
- ✓ Programa de extensión educativa
- ✓ Programa institucional de fomento a la investigación
- ✓ Intercambios académicos internacionales.

Bajo este contexto la UMAD pretende formar profesionistas con grandes valores éticos y conciencia para mejorar las condiciones sociales y morales del país,



además de hacer que el alumno forme parte integral de la sociedad así como que fomente las actitudes positivas hacia la vida y el respeto a sus semejantes para que en un futuro los problemas que se presenten en la vida sean resueltos de manera óptima.

A pesar de sus grandes avances la UMAD continúa con su desarrollo, extendiendo y mejorando su infraestructura, contando actualmente con 9 licenciaturas, una especialidad y 2 maestrías. La UMAD está considerada como una de las 5 mejores universidades del estado de Puebla.

### 2.1.2 FILOSOFÍA

La Universidad Madero es una institución de educación superior cuya filosofía y sistema pedagógico se fundamentan en los principios y valores cristianos, que tienen como objetivo la formación de profesionistas altamente capacitados dentro de su área, con una formación humana que les permita dar la verdadera dimensión y valorar a las personas con quienes les toca actuar, estar conscientes de los procesos que atañen a la sociedad en que viven y conjugar el aspecto científico con los valores fundamentales del hombre, mediante el desarrollo de las facultades físicas, intelectuales y morales de sus estudiantes.

Como institución de educación superior, la Universidad Madero está conciente y comprometida con la realidad social y económica del país, es sabedora que la Educación Superior en México no ha alcanzado la dimensión que corresponde a las necesidades de nuestra sociedad contemporánea; que la cultura no es un bien reservado a grupos privilegiados, tradiciones e interpretaciones y, la instrucción que en ella se imparte es laica y sin actividades políticas que pudieran discriminar a profesores o estudiantes; por lo que, recibe a todo estudiante calificado por su talento y aplicación independientemente de su posición social, económica y/o religiosa.

Por otra parte, aunque la Universidad Madero es una Institución de bien público y sin fines de lucro; es también una institución privada en su origen y financiamiento, por lo que se reserva el derecho de admisión, según sus reglamentos y procedimientos debidamente aprobados por las autoridades correspondientes.

Los reglamentos y normas de la Universidad Madero tienen por finalidad contribuir a la formación integral de los estudiantes, proporcionar un desarrollo académico dinámico, el fortalecimiento de los valores del espíritu, el respeto a la individualidad, la formación del carácter y ser una guía para el desempeño académico y la adecuada convivencia universitaria.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 2.1.3 MISIÓN

Para la UMAD lo más importante es la interactividad entre los estudiantes y los docentes para brindar los objetivos marcados por la institución ya que sólo así se podrá lograr el compromiso de trabajar en conjunto y esto dará como resultado una mayor productividad y los hará sentirse orgullosos de la institución que les brinda el conocimiento.

La misión consiste en: Formar profesionistas competentes, éticos, creativos, productivos y promover el conocimiento y cultura para el desarrollo de la sociedad.

### 2.1.4 VISIÓN

En la UMAD se tiene la visión de:

Consolidarnos como el mejor sistema regional de educación privada, por su alto nivel académico y calidad en su servicio.

## 2.2 MISIÓN DOCENCIA

La planta docente que conforma la institución es la directamente responsable de un óptimo desarrollo académico de los estudiantes, así como de fomentar los valores institucionales y morales que rigen a la universidad ya que éstos son demandados por la sociedad, por tanto, la misión de los docentes es la de: Contribuir en la formación de profesionistas capacitados, actualizados, éticos, creativos y comprometidos con su entorno a fin de que trasciendan con éxito en los ámbitos profesional, social y familiar.

Es por esto que los docentes no sólo tienen la misión de contribuir en la formación académica del estudiante sino también en alentar al estudiante desde que éste ingresa a la institución a que asuma una actitud emprendedora, crítica y analítica que le permita el mejor desarrollo durante su estancia en la UMAD y le ayude a trascender.

## 2.3 VISIÓN DOCENCIA

La visión de docencia que tiene por objetivo la universidad, es ser reconocida por tener y generar planes de estudio que puedan competir con otras universidades así como la realidad laboral a la cual se enfrentarán sus egresados.

"Ser reconocidos por tener y generar excelentes programas académicos competitivos, vinculados con los sectores productivos de la sociedad e impartidos por una planta docente especializada y con alta calidad humana" (Manual del docente, p.5).

## **2.4 COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**

La Coordinación en Comunicación en la UMAD desarrolla un papel muy importante, ya que es la encargada de organizar todo lo relacionado con el ámbito académico y formativo tanto de los estudiantes como de los docentes.

Las funciones de la Coordinación se tienen distribuidas de la siguiente manera:

1. Administrativas: Planeación, ejecución y control de la oferta educativa.
2. Académicas:
  - ✓ Coordinación de la elaboración de planes y programas de estudio, los cuales se revisan y actualizan cada 5 años según lo estipula la Secretaría de Educación Pública y organismos como la FIMPES (Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior).

- ✓ Realización de eventos académicos como congresos, foros, etc., realización de programas que apoyen la formación académica y formativa de sus estudiantes como el programa MEDCOM (Medios de Comunicación) que ofrecen al estudiante la oportunidad de tener un contacto más directo con ellos.
  
- ✓ Realización de congresos en el que los asistentes tienen la oportunidad de conocer los problemas a los que se enfrentan los profesionales de comunicación así como los requerimientos de los mismos, además de tener la importante labor de realizar los planes de estudios de la carrera en comunicación de la cual nos referimos a continuación.

En 1985 nace la carrera de comunicación que en ese entonces fue denominada como Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva que estuvo bajo el sistema de la UNAM, pero debido a todas las dificultades que se presentaron en el camino para realizar cambios internos sin la previa autorización de la UNAM, se llegó a la decisión de cambiar el sistema de esta casa de estudios por el de la SEP.

La licenciatura cambió de nombre al de Licenciatura en Comunicación e Información bajo un sistema de semestres el cual funcionó sólo por seis años, más

adelante fue cambiado y la causa fue que el sistema era demasiado rígido y limitaba al alumno a tomar la carga de materias que le eran asignadas sin tener la posibilidad de cambios.

En 1996 la licenciatura dio otro cambio para modificar el plan de semestres por el sistema de créditos, lo que permitió al estudiante organizar sus estudios ya que podía tomar las materias que él quisiera, con una carga mínima de 3 materias y una carga máxima de 60 créditos. Esta decisión le permitió a la universidad estar a la altura de las demás instituciones que utilizan este sistema brindándole prestigio y valor agregado a sus estudiantes.

La carrera de comunicación en la Universidad Madero fue creada a razón de que: en México, la información y la comunicación son herramientas que, basadas en nuestras características de identidad cultural, histórica y social deberán fomentar una conciencia de integración a través de profesionales capaces de analizar, entender y explicar los sucesos que acontecen en la cotidianidad, a fin de convertirse en elementos difusores y mediadores de estos procesos". (Gómez, 2002, p.8).

## CAPÍTULO III . METODOLOGÍA

### 3.1 METODOLOGÍA

La investigación satisface la necesidad de conocer. La curiosidad del ser humano es tan fuerte como el hambre o el sueño. El ser humano curioso por naturaleza investiga constantemente con diferentes objetivos o grados de profundidad.

"Se entiende el acto de investigar como el de indagar algo, reunir los datos entorno a un asunto, ampliar los conocimientos que se posee respecto a cualquier tema, todos los seres humanos investigamos. Pocos lo hacen con métodos, porque desean aprovechar sus esfuerzos en la creación de nuevas obras" (Olea, Pedro. 1999. p. 17)

"Toda aportación, por modesta que sea, tiene el valor de señalar un rumbo que podrá ampliarse por acertado o abandonarse por erróneo. La tarea de investigar no tiene valor en sí misma, sino que debe transformarse en resultados susceptibles de comunicación". (Olea, Pedro. 1999. p. 22 - 23)



### 3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se empleó para este trabajo fue la aplicada, ya que se pretende resolver un problema práctico.

"La investigación aplicada es la que se realiza con el propósito deliberado de darle empleo práctico a lo que se descubre, no es una ciencia, sino una técnica que logrará integrar el conocimiento humano, la reunión y el discernimiento de datos que pueden aprovecharse en un enfoque enteramente personal y nuevo del asunto que hayamos elegido". (Fabre, Angel, 1999. p. 11)

Existen dentro de este tipo de investigación, elementos específicos (conocer, hacer, construir) para la aplicación inmediata del conocimiento detectado.

### 3.3 SUJETOS

Los sujetos de estudio corresponden a una muestra representativa del universo a través de este grupo se podrá tener un grado de probabilidad de que ese grupo tenga las características del universo en cuestión.

Se tomó como población a los 513 alumnos inscritos en el período de Verano 2002 de la Universidad Madero, de las diez carreras que se imparten en la institución:

- ADMINISTRACIÓN
- CONTADURÍA
- COMERCIO EXTERIOR
- COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
- MERCADOTECNIA
- DISEÑO GRÁFICO
- LENGUAS EXTRANJERAS
- EDUCACIÓN BILINGÜE
- INGENIERÍA INDUSTRIAL
- INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 3.4 MUESTRA

La muestra se conforma por una parte de elementos que integran el universo. Por medio de esta muestra se sabrá a quienes y a cuántas personas se aplicará el instrumento de obtención de datos.

En esta investigación se aplicó un muestreo aleatorio simple que establece que una muestra se extrae al azar cuando todos los miembros del universo tienen las mismas oportunidades de ser seleccionados.

Se tomará como muestra el total de los alumnos por carrera de la UMAD, inscritos en el Verano 2002, ya que se pretende que la propuesta de una programación continua de radio sea escuchado por los alumnos.

La fórmula que se empleó fue la de las poblaciones finitas de menos de 500,000 según Laura Fischer (1997).

En donde:

$z$  = nivel de confianza

$N$  = universo o población

$p$  = probabilidad a favor

$q$  = probabilidad en contra

$e$  = error estimado

$n$  = tamaño de la muestra

Sustitución:

$n = ?$

$e = 5\%$

$z = 1.96$

$p = 50\% \quad 0.5$

$q = 50\% \quad 0.5$

$N = 513$

$$n = \frac{(3.8416)(513)(0.25)}{0.0025 (512) + (3.8416) (0.25)} = \frac{492.6852}{1.28 + 0.9604}$$

$$n = \frac{492.6852}{2.2404} = 219.909$$

$n = 220$

### 3.5 ESTRATIFICACIÓN

Para obtener una muestra aleatoria estratificada, primero que hay que dividir a la población en grupos, a la cual se le llama estratos que como se menciona anteriormente, pueden ser seleccionados al azar. Esto con el fin de obtener una representatividad de los estratos que componen a la población.

Después de haber obtenido la muestra que corresponde a  $n = 220$ , ahora es necesario saber a cuántos alumnos de cada carrera se les aplicará el cuestionario. La fórmula que se empleó para determinar cada estrato corresponde:

$$f_h = \frac{n}{N}$$

En donde:

$f_h$  = Fracción de estrato

$N$  = Población

$n$  = Muestra

$$f_h = \frac{220}{513}$$

$$f_h = 0.4288$$

Bajo estos indicativos se determinó lo siguiente:

Administración de empresas	33	14
Contaduría	21	9
Comunicación e información	79	34
Diseño gráfico	41	18
Lenguas extranjeras	37	15
Comercio exterior	139	60
Mercadotecnia	90	39
Ingeniería industrial	23	10
Ingeniería en sistemas	49	20
Educación bilingüe	1	1
		n = 220

### 3.6 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

"El instrumento de medición es aquel que sirve de ayuda para facilitar la obtención de información de una manera sistemática y organizada" (Hernández, Roberto. 1991. p. 263).

En esta investigación se utilizó el cuestionario, que es un instrumento escrito que debe resolverse sin intervención del investigador, esto para una mayor facilidad de aplicación y medición de resultados.

Las variables que serán medidas: aceptación de programación radiofónica continua, horario, tipo de programación, tipo de música, tiempo de programación. (Ver anexo).

Posteriormente, los resultados se tabularon e interpretaron para saber si la propuesta de una programación continua es viable.

### 3.7 PROCEDIMIENTOS

Para la aplicación del cuestionario se acudió a la Universidad Madero en el periodo en que los alumnos realizaban su curso de Verano 2002.

El levantamiento de las encuestas se aplicó dentro de los salones de clases en donde los alumnos tardaron aproximadamente 10 minutos en contestar las preguntas.

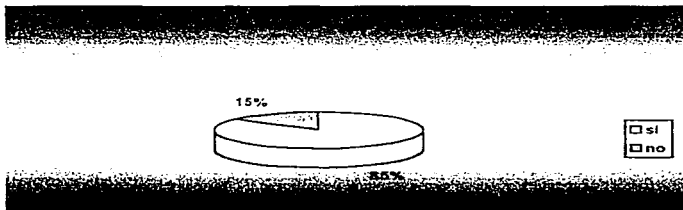
Realizar la recopilación de información total llevó un lapso de tres días continuos, posteriormente, se procedió al vaciado de información que se dará a conocer más adelante.

### 3.8 RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

A continuación se presentan los resultados del cuestionario aplicado, la información fue plasmada en gráficas y se presenta la interpretación de las mismas por escrito.

#### ENCUESTA

1. ¿Te gustaría que existiera programación radiofónica interna en la universidad?



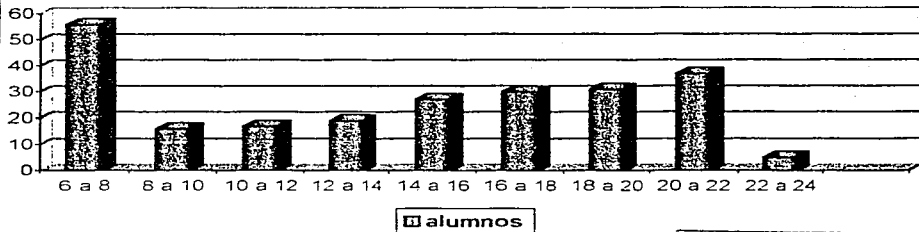


En la gráfica que se presenta se observa que el 85% de los alumnos responden de manera positiva, es decir que sí les gustaría una programación de radio interna.

Asimismo, se observa que el 15% restante, contestó que no les interesa una programación.

Con estos datos, podemos deducir que sí es factible la creación de una programación continua de radio, ya que el mayor porcentaje corresponde a quienes sí aceptan dicha propuesta.

## 2. ¿En qué horario escuchas la radio entre semana?



En cuanto al horario en que los estudiantes escuchan la radio, se observó una variedad de preferencias, 55 alumnos que corresponde al (25%). Siendo el porcentaje más alto en horario de 6 a 8 horas. La barra que continúa en cuanto a preferencia, según la gráfica, es la de 20 a 22 horas, la cual tiene el porcentaje del 16%, que corresponde a 37 alumnos.

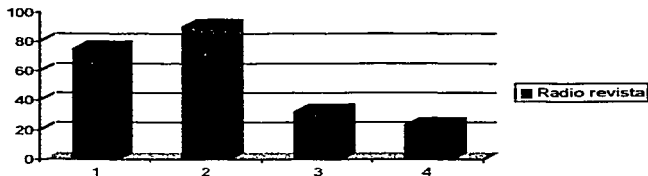
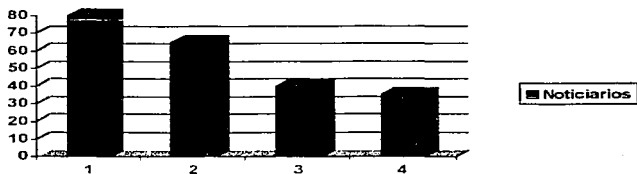
También la gráfica da cuenta de la diversidad de horarios que prefieren los alumnos y ésto se debe a las actividades personales y escolares de cada uno.

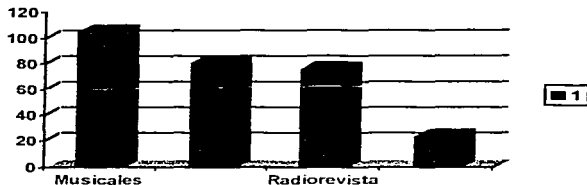
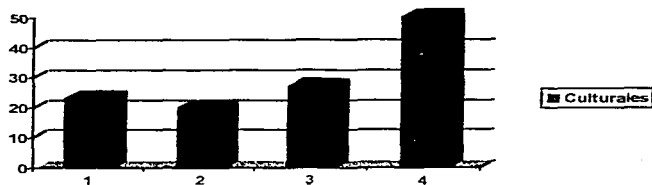
Un aspecto importante de recalcar es la barra que corresponde a la opción de los que en ningún horario escuchan radio y que corresponden al 12%.

Los resultados anteriores nos conducen a la conclusión de que los estudiantes, ya sea que en las primeras horas de la mañana así como en las últimas de la noche es cuando más tiempo tienen de escuchar radio.

Con esto corroboramos que los alumnos sí tienen el hábito de escuchar radio aunque sea por períodos de corto tiempo. Desde luego, hay que recalcar que en esos horarios los estudiantes no están en la universidad.

3. Enumera en orden de importancia del 1 al 4 (donde el 1 es mayor y 4 de menor importancia), el tipo de programa de radio que prefieres.





Aquí se manejan 4 gráficas que dan respuesta cada una a las preferencias del tipo de programas que los estudiantes prefieren y que son musicales, noticiarios, radio - revista y culturales.

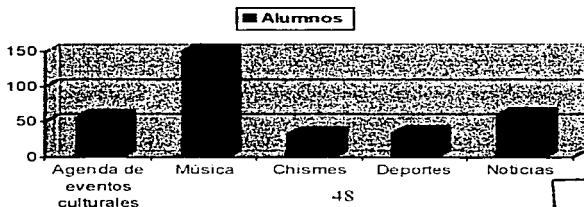
La opción que sacó el más alto porcentaje corresponde al 47% que son los programas musicales, en esta opción 105 alumnos la eligieron. Los noticiarios también alcanzaron un porcentaje importante que es del 37% y fue marcada por 80 alumnos.

La opción de radio - revista, es decir, programación variada, obtuvo el 34%, de la cual 75 alumnos la prefirieron. Y en cuanto al aspecto cultural sólo alcanzó el 10%, es decir 22 alumnos la tomaron.

Lo que más escuchan los estudiantes en radio son programas musicales, por lo que es necesario considerarlo de manera importante para realizar una programación universitaria. Hay que subrayar que el aspecto cultural sólo obtuvo el 10% de interés entre los jóvenes y al 22% no le interesan los programas radiofónicos culturales.

El ítem número 3 se realizó con la intención de saber qué tipo de programación escuchan los universitarios cuando están fuera de la institución.

4. De las siguientes opciones subraya qué contenido te gustaría que tuviera un programa radiofónico universitario.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

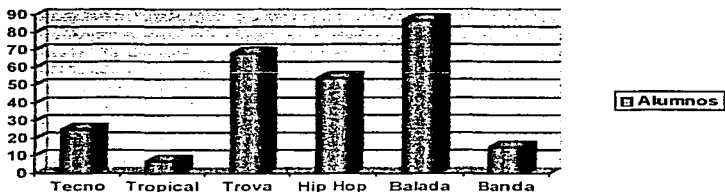
El 68% corrobora que lo que le gustaría escuchar en un programa radiofónico universitario es música, este porcentaje corresponde a 150 alumnos.

Al 26% le interesan las noticias, 60 alumnos contestaron y el 25% se interesa por la agenda de eventos culturales, esta opción fue elegida por 55 jóvenes. Aquí cabe hacer la aclaración, que la agenda cultural es enterarse de eventos culturales que se lleven a cabo dentro o fuera de la UMAD, no escuchar un programa radiofónico cultural.

Con dichos resultados se concluye que si se realizara una programación continua en la universidad, se deberá tomar muy en cuenta el aspecto musical que es lo que más demanda tiene entre los alumnos.

Ahora bien, se sugiere que se podría realizar un programa del tipo de radio-revista que enfocaría aspectos de música, noticiarios, entrevistas, agenda cultural, etc.

5. De las siguientes opciones subraya ¿qué tipo de música es tu preferida?



En esta gráfica se observa que el tipo de música que más escuchan los estudiantes es la balada que en la gráfica obtuvo el 39%, en cuanto al número de alumnos fueron 87.

La trova se coloca en segundo lugar con el 30% de la cual 68 muchachos la eligieron.

El tercer lugar la música hip hop con el 24% que corresponde a 54 alumnos.

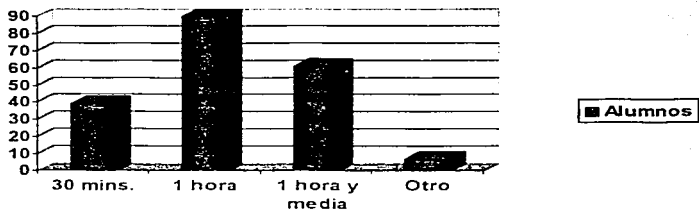
El cuarto lugar con el 11% fue para la música tecno, con 26 alumnos.

La música tipo banda marcó el 6% con 16 alumnos y por último la música tropical el 3% con 8 respuestas.

Se considera que de existir la programación radiofónica los tipos de música que se deberán tomar en cuenta son la balada y la trova.

Se intuye que esto es debido a la edad en que se encuentran los universitarios (entre los 18 y 24 años).

6. Subraya cuánto tiempo consideras que es adecuado para un programa de radio universitario.

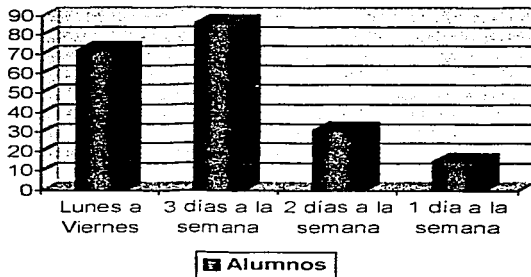




El tiempo para un programa dentro de la programación continua, que más alto porcentaje presenta es el de 1 hora con el 40% que fue elegido por 90 alumnos. Le sigue el tiempo de 1 hora y media con el 27% que 61 jóvenes marcaron.

Con los resultados anteriores se considera que el tiempo óptimo de un programa de cualquier género sería de una hora para que no resultara tedioso y tuviera un contenido ágil para hacerlo ameno y atractivo.

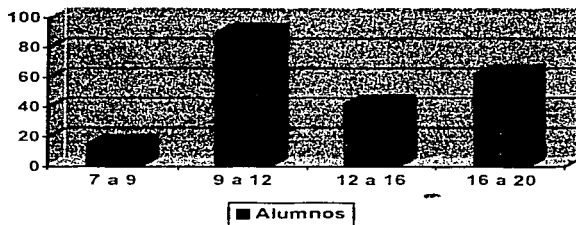
7. Subraya, ¿cuántos días a la semana te gustaría escuchar una programación radiofónica universitaria?



En la gráfica No. 7 observamos que el porcentaje más alto 39 % pertenece a la opción en la cual los alumnos quisieran escuchar una programación sólo tres veces a la semana, esta respuesta fue seleccionada por 85 jóvenes.

La segunda opción en orden de importancia obtuvo un 32 % y se refiere a quienes quisieran una programación de lunes a viernes, y corresponde a 72 alumnos.

8. Subraya, ¿en qué horario te gustaría escuchar la programación universitaria?



El porcentaje en cuanto al horario de transmisión de radio más alto fue el 40 % que corresponde a la opción de 9 a 12 horas. Esta sería la alternativa más probable de transmitir en dicho horario. Esta respuesta fue aceptada por 90 alumnos.

La información expuesta anteriormente, derivada de la aplicación del cuestionario, dará la pauta para llegar a concluir a cerca de si los alumnos desean escuchar una programación continua dentro de la universidad y cuáles son sus prioridades.

## CAPÍTULO IV CONCLUSIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

Sabiendo que la radio es un medio de comunicación que enlaza y compromete a las personas y siendo la universidad una institución donde la comunicación con los estudiantes y entre ellos es primordial para el funcionamiento cordial de la misma, se piensa que es factible la creación de una programación de radio que llene ese espacio vacío que existe en la UMAD.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas un alto número de alumnos desean dicha programación, sin embargo, se percibe que los jóvenes universitarios gustan de escuchar la radio para conocer las canciones de moda y muy pocos son los que sintonizan programas con contenidos o noticiarios.

Para la juventud de hoy, la radio se ha convertido en música de fondo para esas tareas cotidianas, que los ayuda a soportar la rutina diaria y los aturde con el tumulto de música que en realidad no les comunica nada de información torrencial que no les permite tomar decisiones que realmente les ayude a acceder a un mejor nivel de vida, que les impide ser una juventud consciente y participativa

del rol que ocupan dentro de la sociedad a la que pertenecen, que les impide ser una generación de cambio.

Pero teniendo la oportunidad de realizar una programación interna se podrían rescatar aspectos importantes de la radio dentro de la universidad y no sólo hacer una radio sinfonola que transmita todo el tiempo música como único contenido.

Crear un espacio de expresión y comunicación por jóvenes para los jóvenes, donde se refleje su realidad en todos sus ámbitos, abordando temas de actualidad y tomando a la juventud como protagonistas, a través de un medio de comunicación: la radio.

Para empezar hay que enterar a los jóvenes de las noticias, la gente que tiene información tiene una puerta grande abierta, hay que darles un poco de cultura que eleve su nivel y complemente su educación, por lo tanto, habría que realizar una radio de calidad, que proponga y que transmita algo, ya que la radio es una ventana para crear, comunicar, transmitir emociones, ideas, pensamientos, conocimientos, etc. Incluso puede transformar un estado de ánimo. Indudablemente, la universidad cuenta con los recursos técnicos y materiales para realizarlo.

Ahora bien, sabiendo de antemano que el alumno está más inmerso en la teoría que en la práctica ésta es una excelente oportunidad de que los alumnos interesados en el área de radio sean los que realicen dicho proyecto, se sabe que a los jóvenes les gusta participar en proyectos interesantes y que son capaces de producir una programación con contenido de calidad dirigido a sus mismos compañeros en el medio de comunicación que tiene mayor influencia y penetración, la radio. Y de esta forma se propiciará un mejor conocimiento de lo que son y de lo que necesita la sociedad. De esta forma tendrán las bases para ejercer en un futuro en el medio radiofónico.

Se cree que en la radio y en su poder infinito de creatividad y convocatoria, es un medio noble y bondadoso. Lo único que se necesita es saber hablarle, acercársele y convivir en armonía con su increíble fuerza y poder.

El desafío está inspirado netamente en la creatividad, en la preparación ética y moral de quienes lo realizarán y en el reto de producir nuevas ideas y modelos que compitan eficientemente y ayuden a la evolución en general de la radio.

#### 4.2 PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO CONTINUA

De acuerdo a los resultados de la información recabada, lo que los estudiantes quieren escuchar es una radio con contenido musical y los tipos de música que prefieren son balada y trova. El porcentaje más bajo fue el contenido cultural.

Conociendo lo anterior, la propuesta que se hace es la siguiente:

Producir un programa de radio interna para la UMAD que tenga un contenido de calidad y no sólo musical, donde se traten temas de interés y actualidad, desde la ciencia, tecnología, música, cine, noticias, cultura. Empleando los diferentes formatos radiofónicos como entrevista, reportaje, dramatización, charla; con el fin de darle dinamismo, variedad y originalidad a la emisión. Hacer el contenido accesible en la información como en el tratamiento de los temas, manteniendo una estructura clara y sencilla.

A continuación se mencionan algunas secciones que pueden llegar a formar parte de la programación de radio:

**Música para camaleones.**- En este espacio se expondrán diferentes géneros musicales: jazz, blues, rock, trova, balada, pop. (De acuerdo a la información

obtenida, la tendencia más alta fue para los géneros musicales de balada y trova; pero existe la oportunidad de conocer otros géneros, por ello, la propuesta de esta sección).

Se destinará una emisión para un mismo género o para algún intérprete destacado del mismo. Se incluirán piezas musicales para que el radio escucha vaya relacionando la información presentada con el contenido para concebirlo como un todo.

**Realidades.-** El objetivo de esta sección será comentar las noticias más relevantes a nivel local, nacional e internacional. Además se podrán escuchar noticias recabadas por los mismos alumnos, ya sean de la misma universidad o del exterior; ejerciendo así la labor de reportero.

**En relax.-** Esta sección será una radio – revista que podrá combinar temas y secciones de tipo más informal y frívolos, logrando un programa ameno y coherente, más ligero.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Tiempo fuera.-** Aquí se busca dar a conocer las diferentes actividades



culturales y de esparcimiento que se llevarán a cabo en la universidad y la ciudad durante la semana: obras de teatro, conciertos, convocatorias, exposiciones, etc. La información será recabada en cada lugar que se presenten u organicen los eventos.

De esta forma se presenta la opción de lo que podría llegar a ser la Programación de radio para la UMAD, una programación que no sea sólo una repetidora de música, ya que con las encuestas realizadas, es lo que prefieren los jóvenes universitarios sino que sea una programación con más contenido pero de calidad.

Se propone una sección de música e información para que el radio-escucha. Conozca el contenido de lo que está oyendo.

Se propone una sección de noticias tanto internas como externas, otra sección que maneje situaciones más triviales (espectáculos, consejos, etc), Así como una agenda de eventos culturales.

A continuación se presenta el guión de la sección "Música para camaleones" con el género de trova y que lleva por título "Un momento con Pablo Milanés".

PROGRAMA: "UN MOMENTO CON PABLO MILANÉS"

ESTACIÓN: RADIO UMAD

FECHA DE TRANSMISIÓN: 4 DE DICIEMBRE DE 2002

TEMA: TRAYECTORIA DE PABLO MILANÉS.

OP ENTRA RÚBRICA DE ENTRADA.

ARO PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA, DA LA BIENVENIDA Y PRESENTA A ANGIE.

ANGIE DA LA BIENVENIDA Y MENCIONA EL TEMA DEL PROGRAMA "UN MOMENTO CON PABLO MILANÉS Y PRESENTA A KARI.

KARI DA LA BIENVENIDA, HACE UN COMENTARIO SOBRE EL CONTENIDO DEL PROGRAMA.

OP ENTRA PRIMERA PARTE DE LA RESEÑA DE LA TRAYECTORIA DE PABLO MILANÉS. DURACIÓN (3'40").

TODAS COMENTAN ACERCA DE ESTA TRAYECTORIA.

ARO MANDA A LA SEGUNDA PARTE DE LA RESEÑA DE PABLO MILANÉS.

OP ENTRA SEGUNDA PARTE "ARTISTAS QUE HAN ESTADO CANTANDO CON PABLO MILANÉS EN SUS CONCIERTOS. DURACIÓN: (3'12").

KARI MANDA A UNA PIEZA MUSICAL "DE QUE CALLADA MANERA"

OP ENTRA TEMA "DE QUE CALLADA MANERA" DURACIÓN: (3'40")

ANGIE MANDA A UNA NOTA SOBRE LA GIRA DE PABLO MILANÉS POR ESPAÑA LLAMADA "EN BLANCO Y NEGRO".

OP ENTRA NOTA "GIRA EN BLANCO Y NEGRO" DURACIÓN: (3'30")

TODAS COMENTAN SOBRE "LA GIRA EN BLANCO Y NEGRO"

ARO MANDA A UNA PIEZA MUSICAL "BLANCO Y NEGRO"

OP ENTRA PIEZA "BLANCO Y NEGRO" DURACIÓN (3'10")

ANGIE COMENTA PIEZA MUSICAL ANTERIOR

ARO MANDA A PIEZA MUSICAL "EL AMOR DE MI VIDA"

OP ENTRA MELODÍA "EL AMOR DE MI VIDA"  
DURACIÓN: (3'00")

ANGIE REGRESA PARA HACER ÚLTIMOS COMENTARIOS Y PARA DESPEDIRSE.

ARO COMENTA Y SE DESPIDE.

KARI COMENTA, DA AGRADECIMIENTOS Y DESPIDE EL PROGRAMA CON PIEZA MUSICAL "VENGO NACIENDO"

OP ENTRA CANCIÓN "VENGO NACIENDO"

## BIBLIOGRAFÍA

- Kaptún, Mario. Producciones de programas de radio. Ed. CIESPAL. Quito, Perú. 1978.
  
- Anda, Francisco. La radio, el despertar del gigante. Ed. Trillas. México. 1991.
  
- Romo, Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Ed. Diana. México. 1987.
  
- Olea, Pedro. Manual de técnicas de investigación documental. Ed. Esfinge. México. 1999.
  
- Gómez, Guillermo. Metodología de la investigación para áreas sociales. Ed. Clan. México. 1987.
  
- Rojas, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Ed. Plaza y Valdés editores. México. 1993.

- Hernández, Roberto. Metodología de la investigación. Ed. Mc. Graw Hill. México. 1991.
  
- Godedcit, Jaime y Quevedo, María. Ingenio con sentido, un manual para la planeación y presentación radiofónica.
  
- Iriarte, Gregorio y Orsini, Marta. Conciencia crítica y medios de comunicación. Ed. DABAR.

## ANEXOS

### CUESTIONARIO

Este cuestionario forma parte de una investigación para un proyecto de programación radiofónica universitario, para obtener el título de Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva.

Carrera: \_\_\_\_\_ Semestre: \_\_\_\_\_

1.- ¿Te gustaría que existiera programación radiofónica interna en la universidad?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.- ¿En qué horario escuchas radio entre semana?

A) 6 a 8    B) 8 a 10    C) 10 a 12    D) 12 a 14    E) 14 a 16

F) 16 a 18    G) 18 a 20    H) 20 a 22    I) 22 a 24    J) Ninguna

3.- Enumera en orden de importancia del 1 al 4 (donde 1 es mayor y 4 de menor importancia) el tipo de programa de radio que prefieras.

\_\_\_ culturales    \_\_\_ radiorevistas    \_\_\_ noticieros    \_\_\_ musicales

4.- De las siguientes opciones subraya ¿qué contenido te gustaría que tuviera un programa radiofónico universitario?

- a) Agenda de eventos culturales      b) Música      c) Chismes  
d) Deportes      e) Noticias

5.- De las siguientes opciones subraya ¿qué tipo de música es tu preferida?

- A) Tecno   B) Tropical   C) Trova   D) Hip Hop   E) Balada   F) Banda

6.- Subraya ¿ cuánto tiempo consideras adecuado para un programa radiofónico universitario?

- A) 30 min.   B) 1 hora   C) Hora y media   D) Otros

7.- Subraya ¿ cuántos días a la semana te gustaría escuchar una programación radiofónica universitaria?

- A) Lunes a Viernes      B) Tres veces a la semana  
C) Dos veces a la semana      D) Un día a la semana

8.- Subraya ¿en qué horario te gustaría escuchar la programación universitaria?

- A) 7 a 9      B) 9 a 12      C) 12 a 16      D) 16 a 20