

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Radio Nicolaita: propuesta para una mejor producción radial hacia los estudiantes de la Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo

Autor: Cuautli Ucambeti Ovando Carrillo

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
José de Jesús Martínez Rodríguez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**“RADIO NICOLAITA: PROPUESTA PARA UN MEJOR
PRODUCCIÓN RADIAL HACIA LOS ESTUDIANTES DE
LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NÍCOLAS
DE HIDALGO”**

TESIS

**PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**PRESENTA
CUAUTLI UCAMBETI OVANDO CARRILLO**

**ASESOR:
LIC. JOSE DE JESUS MARTINEZ RODRIGUEZ**

**N° de acuerdo LIC000202
CLAVE 16PSU00125**

Morelia, Mich., Febrero de 2006

INDICE

JUSTIFICACIÓN

3

CAPITULO I HISTORIA DE LA RADIO

1.1 HISTORIA DE LA RADIO MUNDIAL

17

1.2 HISTORIA DE LA RADIO EN MÉXICO

22

CAPITULO II COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

2.1 LA RADIO COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

27

2.2 VENTAJAS DE LA RADIO

33

2.3 FUNCION SOCIAL DE LA RADIO

36

CAPITULO III CLASIFICACION DEL MEDIO

3.1 CLASIFICACIONES DEL MEDIO

45

3.1.1 LEGALMENTE

46

3.1.2 TECNICAMENTE

47

3.2 GENEROS RADIOFÓNICOS

50

CAPITULO IV HISTORIA DE LA U.M.S.N.H.

4.1 HISTORIA DE LA U.M.S.N.H.

57

4.2 HISTORIA DE RADIO NICOLAITA

62

4.3 MARCO ORGANIZACIONAL DE RADIO NICOLAITA

64

4.4 PLANEACION Y DESARROLLO DE RADIO NICOLAITA	68
CAPITULO V ANALISIS DE LA ENCUESTA	
5.1 ANALISIS DE LA ENCUESTA	80
5.2 INTERPRETACION DE RESULTADOS	84
CAPITULO VI ANALISIS DE PROGRAMACION	
6.1 ANALISIS DE TRES PROGRAMAS DE RADIO NICOLAITA	96
CAPITULO VII CONCLUSION Y PROPUESTA	
7.1 CONCLUSIÓN	106
7.2 PROPUESTA	108
BIBLIOGRAFIA	115

4.4 PLANEACION Y DESARROLLO DE RADIO NICOLAITA	68
CAPITULO V ANALISIS DE LA ENCUESTA	
5.1 ANALISIS DE LA ENCUESTA	80
5.2 INTERPRETACION DE RESULTADOS	84
CAPITULO VI ANALISIS DE PROGRAMACION	
6.1 ANALISIS DE TRES PROGRAMAS DE RADIO NICOLAITA	96
CAPITULO VII CONCLUSION Y PROPUESTA	
7.1 CONCLUSIÓN	106
7.2 PROPUESTA	108
BIBLIOGRAFIA	115

AGRADECIMIENTOS

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

**“RADIO NICOLAITA: PROPUESTA PARA UNA MEJOR PRODUCCIÓN
RADIAL HACIA LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD MICHUACANA
DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO”**

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

A MI PADRE Y MADRE POR SU APOYO Y ENTENIMIENTO EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN

AGRADECIMIENTOS:

A MI PADRE, DONDE QUIERA QUE SE ENCUENTRE... ESTO TAMBIEN TE
LO DEDICO "TE EXTRAÑO CON TODO EL CORAZÓN"

EN ESPECIAL:

A MI MADRE. Por haber cuidado de mí en todo momento en la ausencia de mi padre, por curar cada golpe y herida, cada desvelo, cada preocupación que te he causado, y que has sabido sobrellevar con sabiduría, gracias por cada base que sentaste en mí a lo largo de mi vida y guiarme por un camino de bien con paciencia y cariño. Y sobre todas las cosas hacer que lograra este paso con un apoyo incondicional. Que sin tí no seria nada de lo que soy. ¡¡Te amo mucho!!

A MIS HERMANOS. Por el apoyo en momentos complicados de mí vida, su apoyo en todas las cosas que he emprendido a lo largo de mi camino, y seguir haciéndolo cada día de distinto modo, cuidar del bienestar de esta familia cuando se ha requerido, y apoyarnos unos con otros en todos sentidos. ¡¡Los quiero mucho, gracias!!

A MIS AMIGOS. Por todas las cosas que hemos pasado juntos y nos han hecho crecer como seres humanos, por el apoyo incondicional ante cualquier circunstancia, la lealtad, y la gran unión que nos caracteriza.

A:

LIC. JOSE MARTÍNEZ RODRÍGUEZ

LIC. RAYMUNDO HERRERA ESPINO

Por todas las facilidades otorgadas para la realización de esta investigación.

¡A TODA MI FAMILIA EN GENERAL!

¡GRACIAS INFINITAS!

JUSTIFICACIÓN:

Los medios de comunicación masiva son parte importante en nuestros tiempos para el entendimiento del ritmo de vida que llevan la gran mayoría de las poblaciones, ya que estos nos proveen de información, la cual, nos sirve para procesar, comprender y desechar.

Uno de estos medios, que ha existido desde antes de la primera guerra mundial, es la radio. Si nos ponemos a observar este medio de comunicación de masas, nos daremos cuenta de que la radio actual puede llegar a ser un medio de comunicación muy penetrante dentro de la sociedad y más en las grandes ciudades.

Además, podemos observar que en estas ciudades los diferentes tipos de opciones radiales son de suma ayuda e importancia para la población y llegan a resolverles problemas viales, sentimentales o simplemente les otorgan compañía.

En ciudades de un menor número de habitantes, como Morelia, se tiene la costumbre de escuchar la radio de manera menos comprometida, por que sólo se dedica a tocar la música de moda, poner comerciales, etc.

Por otro lado no todos los habitantes se percatan de que también se cuenta con otro tipo de radiodifusoras en la ciudad. Sabemos que existen, pero no las escuchamos. Estas estaciones son las de corte cultural y no son escuchadas porque probablemente son poco dinámicas y con un contenido de baja calidad, o simplemente no muy entretenidas.

Lamentablemente, las personas que no saben lo que son las radios culturales, simplemente no se interesan por ellas, el hecho de escuchar su nombre, lo primero que su cerebro visualiza es probablemente aburrido, y eso provoca que muchas veces ni por curiosidad sintonicen alguna estación de Radio Cultural o Universitaria en esta ciudad.

Esto no solamente es parte de un problema por parte de los receptores, muchas veces también depende de todo el equipo de trabajo humano que se encuentra en cada una de las estaciones radiofónicas de la ciudad.

Además en muchos casos quienes llevan la batuta de una estación cultural o universitaria son personas con falta de conocimiento especializado como una licenciatura, maestrías, o algún grado de escolarización con vigencia dentro del ramo de la comunicación. Esto provoca que lamentablemente lleguen a ser no sólo tediosas; sino que a su vez alejan a su público meta, convirtiendo parte de un medio masivo de comunicación en un instrumento vacío de poca credibilidad.

Es así, que llegamos a investigar la estación radiofónica de nuestra ciudad capital de Michoacán, Radio Nicolaita, creemos que es importante una investigación de este enfoque para descubrir cual es el motivo por el cual la estación no tiene la atención del mercado al que esta enfocado, es importante conocer que es lo que el medio de comunicación esta haciendo para atraer el interés del publico, y cuales son probablemente las situaciones difíciles en las que se encuentra.

Tenemos en claro que con esta investigación no abarcamos todos los aspectos de la problemática, pero mantenemos la convicción de que servirá como base para posteriores investigaciones, en cuanto las bases de la problemática se refieran, y sirvan para seguir mejorándonos día con día.

ANTECEDENTES:

En la siguiente investigación nos enfocaremos en una de las estaciones radiofónicas universitarias más importantes del estado, que es parte de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Radio Nicolaita (X.E.S.V.), la cual nos ayudará a realizar la investigación y a visualizar los problemas por los que atraviesa esta estación.

La investigación que se presenta es producto de un interés personal por querer rescatar dicha estación universitaria que por muchos años ha trabajado con lo indispensable y sin ningún rumbo fijo, por tanto esta carece de estudios anteriores de este tipo.

La radiodifusora cuenta con un estudio anterior por parte de Gretel Eunice Castorena Escalera, donde hace una propuesta para una mejor difusión de la ciencia dentro de la barra programática de la estación, que nos lleva a que solo propone que se refuerce en ciertas áreas y programas la divulgación de la ciencia para beneficio de la audiencia en general, y esta se titula "Propuesta para fortalecer la divulgación de la ciencia en la programación de X.E.S.V. Radio Nicolaita". Dentro de la investigación se encontraron dos investigaciones hacia las radiodifusoras, una localizada en la ciudad de Uruapan, Michoacán, que trata de una investigación hacia una radio comercial dentro del centro de la ciudad, que principalmente carece de organización hacia el interior y que se trabaja sin ninguna meta fija, y otra de la radio Purhépecha que nos habla de que sí los indijénistas están realmente interesados en la radio como medio de comunicación masiva para su propio beneficio, y concluye en que hace falta apoyo gubernamental para realizar acciones en beneficio de las radios indijénistas. Las dos investigaciones van hacia una serie de propuestas para un mejor funcionamiento, y una mejoría en las barras programáticas, así como apoyos económicos en las diferentes circunstancias que atraviesan cada una de estas estaciones radiofónicas.

Así, como menciona Hernández Sampieri: “La investigación que no cuenta con estudios anteriores similares al actual, se basa en la investigación directa con el personal para identificar la opinión que éstos tengan sobre el tema, permitiéndonos aumentar el grado de familiaridad con el fenómeno relativamente desconocido pero existente en la vida real” (Hernández, 1996:56).

Y que forma parte de un contexto social muy importante, pues las estaciones culturales en la ciudad de Morelia son escasamente dos y que si no comenzamos a preocuparnos un poco por ellas, terminaran desapareciendo sin poder rescatarlas, las cuales deberíamos de verlas como un valor cultural al cual debemos cuidar. Y que por otro lado, en lo particular Radio Nicolaita es un radiodifusora con un gran lugar dentro de los michoacanos pues al lugar a donde pertenece ha sido cuna de grandes hombres en nuestro país, así es la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Podemos entender que la radio no nació ayer, es un medio de comunicación de principios del siglo XX, que con detalle lo veremos en el primer capítulo, y que también podemos comprender que existen estaciones que tienen mucho tiempo ya laborando, y lo que muchas veces puede llegarles a ocurrir con sus programas es que se encuentren viciados, por lo tanto, sus radioescuchas cambian de estación para escuchar algo mas fresco, mas dinámico, y mas entretenido.

Teniendo en cuenta que en ocasiones las personas mayores, son los que se sienten identificados con este tipo de estaciones, por que creemos que algunas de estas están a favor del trabajo de las personas que se les

considera como los “grandes dinosaurios” de la radio, refiriéndonos a las personas que han trabajado durante mucho tiempo dentro de muchas estaciones del país, y que su modo de trabajo ya dejó de ser un gran apremiante, que probablemente por nada de este mundo logran que cambien su forma de hacer radio, pues en su tiempo siendo personas empíricas en la rama, hacían radio por tener una voz fabulosa de aquel momento, o privilegiada, y que inclusive, hasta se les llegaba a considerar excepcionales; así como podemos recordar las voces tan roncas y cautivadoras de una de las estaciones mas famosas de México la X.E.I.

Podemos ver, a partir de una observación básica y con deducciones empíricas, varios elementos que se creen pueden estar afectando el desempeño de la estación.

Primero, las personas mencionadas anteriormente, que son trabajadores de alguna radiodifusora; en nuestro caso radio Nicolaita, son personas que tienen desde hace mucho ese empleo por alguna circunstancia; queremos averiguar si estas personas tienen la capacitación adecuada para poder llevar a cabo sus funciones dentro de la radiodifusora, o solo cumplen un horario y un trabajo que probablemente les fue heredado ya que pudieran ser sindicalizados.

Segundo, una estación de radio como ésta, debería de tener una gran atención por parte de su mercado meta, una gran variedad de programas para toda la gama de público al que están enfocados, y una excelente producción de barras programáticas para una audiencia que tienen niveles de ingenierías y licenciaturas.

Tercero, la estación, como parte de una infraestructura, en sí no tiene la culpa, ya que el personal con el que se labora son personas que no tienen

los estudios adecuados para realizar el trabajo ya antes mencionado; pues consideramos que la capacitación es necesaria para que puedan darle un color de voz adecuado, hacer llamativa la diversidad de programas, etc. Pensamos que siguen estancados, y que hasta ahí llega su participación; sin contar que muchos probablemente van cuando quieren, y por lo tanto cuando quieren hay programa; no se preocupan por lo que es mas importante en este caso, un publico que les espera para ser atendido; algunas veces pasan por alto que un mismo tono llega a ser muy tedioso, creemos que deben de observar y entender que la radio de ahora debe ser más dinámica, más explicita, más emotiva, para poder tener una buena audiencia, e inclusive el mercado que se supone que están dirigidos, es toda una comunidad de estudiantes de diferentes carreras, que pueden llegar a ser de las audiencias más difíciles ya que los debes de entretener, y mantener al tanto en todos aspectos académicos, algo que probablemente les ayude en sus estudios, y no peor aun, pasar desapercibidos como un medio de comunicación.

Cuarto, desgraciadamente la U.M.S.N.H. refiriéndonos a los alumnos, sin estar en posibilidad de aseverarlo, no les importa la radio de su escuela. También suponemos que no existe ninguna publicidad dentro de las distintas facultades, ni alguna manera de que todos los alumnos conozcan lo que hace la estación por ellos; y no necesariamente por un grupo específico, sino por todo un público diversificado al que esta enfocado.

Pretendemos analizar el problema que esta afectando a la estación, y nos permita saber o concluir las razones por la cual tiene tantas deficiencias dentro de sus transmisiones diarias, necesitamos lograr ver con mas claridad cual es la causa por la que la estación no ha podido actualizarse en aspectos técnicos y de potencia radial la cual puede ser alguna causa por la que no es escuchada dentro del alumnado universitario, lo podríamos traducir, en que es lo que la emisora hace para seguir avanzando, así como cuales los diferentes

programas para ese público al que deberían llegar y gustar, y que no lo están logrando por alguna circunstancia.

Por lo tanto nos formulamos esta pregunta generalizada para descubrir algunas de sus deficiencias como organismo:

¿Dentro de Radio Nicolaita se cuenta con las personas y programas adecuados para realizar el trabajo que les corresponde hacia la institución, así como la óptima promoción dentro de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, para que la estación radiofónica a su vez pueda desempeñar correctamente su labor dentro del mercado meta al cual están enfocados?

OBJETIVOS:

Por tanto, pretendemos descubrir por que la estación Radio Nicolaita no tiene la programación, ni los trabajadores adecuados que suponemos debería de tener, pues es la radio cultural de la U.M.S.N.H., que es la máxima casa de estudios en Michoacán, y creemos que no tiene la audiencia que se supone tendría al ser una radio tan importante en el estado de Michoacán, con un mercado meta definido para gente con preparación y público con cierto nivel cultural.

Observar y a su misma vez analizar la programación semanal de la estación para ver cuantos programas se tienen para las distintas carreras, y que es lo que les ofrecen que sea atractivo para el alumnado que cursa alguna de estas, así como algunas opciones para poder seguir la cultivación de la ciencia y la cultura.

Esta oportunidad de darse a conocer, y si les gusta lo que hay como programación, preguntando a las diferentes carreras, para saber si lo que están haciendo dentro de la estación es del agrado de la audiencia a la que va enfocada, caso concreto, los jóvenes universitarios de U.M.S.N.H. y la Radio de la Universidad Michoacana (Radio Nicolaita X.E.S.V.).

MARCO TEORICO:

Comenzando a ver más claramente el problema que tenemos que abordar, de manera mas directa podemos darnos cuenta que no solo tenemos que ver superficial el problema que estamos investigando, para esto nos apoyaremos en las teorías que vimos convenientes ya que de una se desprende la otra.

Nos apoyaremos en la **"SOCIOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES"**, de los autores SHOEMAKER Y REESE.

"Surge a mediados de los setentas, estudia los diversos condicionantes e inciden en la producción de mensajes de los medios que determinan ciertos contenidos que se infunden y otros no.

- 1.- Sus factores
- 2.- Influencias ideológicas de situaciones sociales globales
- 3.- Actitudes personales
- 4.- Orientadores de los comunicadores
- 5.- Valores profesionales
- 6.- Políticas corporativas
- 7.- Propiedad y control
- 8.- Direcciones complementarias de construcción de mensajes

Ésta es orientada al análisis del cuerpo de trabajadores intelectuales que comparten un conjunto de valores.

Es dirigida al análisis de los contextos organizacionales en los que laboran la mayor parte de los comunicadores.

La comunicación hace posible la búsqueda de soluciones para los problemas que aquejan a la organización, el establecimiento de relaciones funcionales y no funcionales entre los miembros de la misma, la exteriorización de inquietudes personales y la manifestación de conflictos e inconformidades etc.

El desarrollo de la mayor parte de actividades involucra procesos de la comunicación por medio de la emisión y la recepción de mensajes.”¹

Queremos hacer mención que esta teoría en la cual nos estamos apoyando principalmente, tiene que ver con lo que sucede dentro de la emisión de los mensajes y las situaciones que agobian a los trabajadores.

Creemos que esta teoría nos va a servir de mucho ya que vemos de lleno las situaciones en las cuales se dan las relaciones de trabajo, ver en que situación se encuentra la comunicación dentro de la institución, que suponemos esta provocando problemas para no poder hacer bien su trabajo, o que es lo que ocurre para que el emisor (viendo como todo un conjunto la estación de radio), esté dando mal el mensaje, y esto provoque que el receptor (la población estudiantil sobretodo) no los escuche.

También veremos parte de los receptores y nos guiaremos con la teoría de **“USOS Y GRATIFICACIONES”**, que toma muy en cuenta lo que las audiencias hacen con toda la información que los medios les entregan, ya que

(1 “Teorías e Investigación de la comunicación de masas “J.C. Lozano Rendon””)

cada individuo realiza su proceso mental y acepta o desecha lo que considera prudente, como lo señala J.C. Lozano "Según el enfoque de usos y gratificaciones, los diferentes medios de comunicación constituyen alternativas funcionales entre muchas otras que puede seleccionar cada individuo para satisfacer sus necesidades..." (Lozano 1996:184).

Con esto queremos comprobar que el mercado al que están dirigidos no les está llegando la información adecuada para mantenerlos cautivos, y satisfacer sus necesidades. También queremos señalar que esta teoría la utilizaremos solamente como un sondeo para ver que tanto conocen la estación y si es de su agrado, pues al evaluarse veremos si existe una audiencia cautiva o no. Así podremos ver de manera mas metódica el problema que se esta dando dentro de Radio Nicolaita, y poder descubrir cada una de las soluciones a los problemas planteados, y a su vez no se llega a descartar que puede ser que en algunos de los que hemos pensado como problemas no lo sean, y podamos descubrir que nuestros resultados no se dan como se habían pensado.

Una serie de argumentos que consideramos favorecen igualmente a la Radio es que en algunas investigaciones sobre el comportamiento humano, testifican que la memoria auditiva es más poderosa que la memoria visual, táctil o la olfativa. Esto pone en entredicho la tesis de los "contradictores" del medio, que dicen que la Radio no es totalmente efectiva en la mente del consumidor o del mercado meta potencial, porque cuenta con un solo sentido que es el oído.

Creemos que literalmente la imagen del mensaje radial se reconstruye en la mente del oyente, cuando el medio es utilizado con objetividad creativa tanto por parte de quien hace la radio, y es responsable del desarrollo del mensaje así como del planificador de medios que se encarga de colocar el mensaje en tiempo y momento para que sea de mayor impacto.

Notamos que ya no es tan sencillo hacer radio, cuenta mucho en esta época la afinidad con las franjas de audiencia, la empatía y credibilidad que despiertan ciertos programas de la radio y que van construyendo y madurando el hábito de la audiencia de cierto nivel social y la convierten en un excelente vehículo de comunicación, que pudiera ser parte de una credibilidad que se convierte en mercado cautivo.

Suponemos que todo lo anterior va creando un sentimiento de cercanía, familiaridad y pertenencia con el personaje y el equipo que participa en su conducción. Este gran valor para toda radiodifusora se debe lograr en los espacios noticiosos, institucionales, de hogar, deportivos y de entretenimiento, así tu mercado lo mantendrás completamente de tu lado pues se creó un sentido de pertenencia que mientras no sean defraudados, los seguirás conservando como ya se había mencionado, cautivos.

HIPOTESIS:

Es bueno considerar que no necesariamente los altos ratings de audiencia en un programa presentan altos niveles de afinidad con un grupo objetivo o determinado, ya que solo los puedes tener por tiempos limitados y después se irán. La gran preocupación que nace de esta estación parte del por que su franja de audiencia probablemente no regresa y nace plantear la hipótesis:

* A pesar de los treinta y dos años que tiene la estación radio Nicolaita vigente, no ha logrado posicionarse en el público meta por falta de un interés en común por parte de las autoridades educativas, para que esta sea una radio competitiva.

METODOLOGIA:

Comenzaremos aplicando una encuesta diagnóstica con el mercado meta que creemos que tiene, esto con el fin de analizar de qué manera estamos inmersos en el problema que queremos tratar.

Una vez analizados los resultados de una encuesta diagnóstica que será realizada a los alumnos de la Universidad Michoacana, podremos empezar a ponderar en qué parte estamos situados, así, de esta manera, se haría una segunda encuesta pero la diferencia consistiría en que esta ya sería la real, analizando previamente lo que se tiene que preguntar, basándose en los resultados arrojados por la primera.

Se realizarán encuestas en la U.M.S.N.H., para determinar el por qué de las preferencias programáticas, la manera en que el alumnado integra la estación probablemente en su vida cotidiana, su opinión sobre la programación de la estación, y su gusto de escucharla, así como ver si se encuentran identificados con la misma.

Principalmente para hacer un proceso de soluciones como una especie de sondeo, de lo que podrían ser un grave problema, realizaremos la observación de grupo para poder ver cómo es el ambiente de trabajo dentro de la estación, en algunas de las horas en la que se labora de forma intensa y poder determinar si algunos de los objetivos son falsos o ciertos.

Así mismo la observación nos serviría para ver y analizar si el equipo con el que la radiodifusora está trabajando es correcto y está en buen estado para poder transmitir todos los programas, los cuales también serán vistos y revisados para ver qué tantos son y si son suficientes para el mercado meta.

Realizaremos entrevistas con el Director de la estación para saber que es lo que se esta haciendo en términos de mejoras de equipos, potencia radial, convenios y acuerdos; se investigara que es lo que se hace por difundir la cultura en la universidad, si se realizan servicios a la comunidad, qué tipo de eventos han sido transmitidos, hacia dónde va dirigida la filosofía de la Radio, que tipo de participación tienen con la comunidad Nicolaita, como es la comunicación interna, de que manera se comunican con Rectoría y averiguaremos el apoyo o sustento que se les otorga al organismo dependiente de la universidad en materia de importancia social por parte de la Rectoría.

Con esto podemos cubrir nuestra hipótesis y teniendo los resultados de la encuesta podríamos definir cual es la falla en la que la estación está cayendo, así como también aclarar nuestros objetivos y poder proponer de manera mas asertiva, a su vez presentarles algunas posibles opiniones de solución al problema, para lograr que el mercado meta pueda ponerles la atención necesaria para poder convertirlos en un mercado cautivo, donde cumplan la función para la cual fueron puestos en el aire.

CAPÍTULO I

HISTORIA DE LA RADIO

CAPITULO I

HISTORIA DE LA RADIO

En el siguiente capítulo abarcaremos las partes de la historia de la radio mundial y la historia de la radio en México, para irnos adentrando un poco más detalladamente al tema de cómo fue que nació este invento, y de que manera se convirtió en un medio de los más importantes de la comunicación de masas; aunque como todo gran invento, tuvo que pasar varios procesos de elaboración y producción hasta llegar a como lo conocemos hoy en día; esto nos servirá para poder entender como nació en el transcurso de la historia, pues comprendemos que tenemos que empezar a ver desde lo general hasta lo particular, para darnos cuenta que no solo es un invento más, que no tiene importancia ni potencial.

1.1 LA HISTORIA DE LA RADIO MUNDIAL

La radio es el resultado de años de investigación y de la invención de diferentes artefactos que emergieron ligados al entendimiento y desarrollo de la electricidad en su momento, y así pudieron irlo evolucionando con algunas diferencias pero con el mismo principio.

En el progreso tecnológico hacia la radio, primero fue el electroimán. Y este para el desarrollo del telégrafo, patentado por Samuel F.B. Morse, pintor retratista. "El primer mensaje en clave Morse, se produjo entre Washington y Baltimore, el 24 de diciembre de 1844. El mensaje transmitió "lo que Dios ha forjado". El telégrafo eléctrico fue adoptado gradualmente por grupos comerciales y militares que requerían de comunicación inmediata, estos extendieron delgados cables a los principales centros de población.

La progresión tecnológica sigue con el cruce del océano Atlántico por un cable submarino logrado por Cyrus W. Field. El 27 de 1866 un mensaje cruzó el

océano con una increíble velocidad. Una red de cables se extendió por las zonas más pobladas del mundo.”²

Y fue en ese momento donde comenzaron a ver que sería un aparato con mucho potencial si se perfeccionaba para poder mandar la voz de forma más simple, sin cables, ni pitidos; algunos años después ya para “1876 Alexander Graham Bell y su asistente, lograron transmitir la voz humana a través de cables eléctricos. A partir del telégrafo y del teléfono, faltaba un corto paso para la transmisión inalámbrica. Volta, Ampère, Henry, Faraday, Maxwell y Hertz trabajaban para comprender la naturaleza básica de la electricidad.

La teoría de todos ellos, llevó al desarrollo vertiginoso de tecnologías que permitieran generar, almacenar, medir, transmitir, modificar y controlar de varias maneras la electricidad.

En la época de la guerra civil norteamericana, James Maxwell desde Escocia, elabora una teoría sobre misteriosas ondas electromagnéticas que viajarían a la velocidad de la luz. En 1888, un joven alemán, Heinrich Hertz, demuestra esta teoría construyendo un aparato de laboratorio para generarlas y detectarlas. Nacieron las ondas hertzianas.”³

Por otra parte Guglielmo Marconi tenía veinte años y estaba al día del aporte de Hertz. Sus experimentos tenían objetivos prácticos y comerciales inmediatos. Patentó el telégrafo inalámbrico en 1897, en Inglaterra. Lo desarrolló cubriendo cada vez mayores distancias. Su invento fue producto de un siglo de investigación científica y solucionó la necesidad urgente de la comunicación a distancia.

La consecuencia inmediata del telégrafo inalámbrico fue que aparecieron ilimitados recursos económicos para apoyar su desarrollo.

(2 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

(3 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

Varios científicos e inventores trabajaban por transmitir la voz por medios inalámbricos. Del sistema Morse a la transmisión de voz de manera inalámbrica había un pequeñísimo paso.

En la nochebuena de 1906, los radiotelegrafistas de los barcos que navegaban por el Atlántico, frente a las costas de Estados Unidos escucharon por primera vez una voz que les hablaba en sus auriculares. "Fue Reginald A. Fessenden que preparó un aparato que permitía la transmisión de señales más complejas que las del sistema Morse.

Aquella noche memorable diversas personas hablaron por el inalámbrico; una pronunció un discurso, otra leyó un poema e incluso alguien tocó el violín. Este fue el nacimiento de la radio.

Para la primera década el equipo de radio, que sólo los barcos podían transportarlo, se hizo más ligero y portátil."⁴

La Caja Musical de Sarnoff

Un joven ingeniero, "David Sarnoff, de la American Marconi Company, llamó la atención pública cuando se produjo el hundimiento del Titanic, en 1912. Sarnoff transmitió desde una estación neoyorquina, los mensajes procedentes de la escena del desastre."⁵ Durante tres días con sus noches mantuvo informado al público sobre el desarrollo de la tragedia, y todos los por menores que se suscitaban, claro que como las noticias no eran tan rápidas como en nuestro tiempo, informaba conforme la información se presentaba.

Algunos años mas tarde con la inquietud de seguir dándole continuidad a esta invención, y con el gran acontecimiento del Titanic ya para "1916 Sarnoff envió un memorando visionario a sus superiores. He concebido un plan de desarrollo que convertiría a la radio en un "artículo para el hogar", en el mismo sentido en que pueden serlo un piano o un fonógrafo. La idea es llevar música

(4 "www.radiomarconi.com/marconi/hertz.htm 23 MAYO 04")

(5 "APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003")

al hogar por transmisión inalámbrica.”⁶ Lamentablemente en esa época, lo tomaron como un loco ya que solo era de uso militar y muy caro, así que los altos mandos no creyeron en el proyecto de este joven y lo rechazaron; cuando en realidad a Sarnoff solo le faltó visionar los anuncios publicitarios cantados y los melodramas para la descripción exacta de la radio.

El control de la radio

Este importante medio de comunicación de masas quedó definido mucho tiempo después como un escenario de competencia comercial, sin un control oficial. “La General Electric Company logró poseer las acciones de la empresa Marconi. Formó una nueva empresa con un nombre patriótico: Radio Corporation of America (RCA) que se consolidó sobre las patentes conflictivas. En 1919 el doctor Frank Conrad estaba a cargo de nuevos y poderosos transmisores de esta empresa. Construyó otro sobre el garaje de su casa para poder continuar su tarea durante las noches. Obtuvo una licencia para su transmisor doméstico, que un año después pasó a ser la estación 8XK, a partir de abril de 1920.

Comenzó a transmitir durante las horas nocturnas, mientras trabajaba para mejorar su aparato. La gente de su zona lo escuchó con sus receptores de aficionados.”⁷ Esto pareció al principio un gran éxito, ya que las cartas, tarjetas y llamadas telefónicas le proporcionaban datos sobre el alcance y la claridad de su emisor.

Sin embargo, poco después, su círculo de radioescuchas aficionados empezó a ser un problema. Para emitir un sonido continuo, “Conrad había recurrido a un fonógrafo. Sus oyentes empezaron a pedir determinadas canciones y le llamaban a horas nada prudentes para pedir algún disco favorito.

(6 “www.radiomarconi.com/marconi/hertz.htm 23 MAYO 04”)

(7 “www.radiomarconi.com/marconi/hertz.htm 23 MAYO 04”)

El doctor Conrad resolvió el problema, regularizando sus transmisiones, y con la colaboración de un comerciante local en fonógrafos pudo presentar una sesión de música continua, con una duración de dos horas, dos noches a la semana. La cantidad de oyentes creció rápidamente y la familia de Conrad se incorporó con entusiasmo a la diversión de constituirse en los primeros disc jockeys.”⁸ Así comenzaron las programaciones para la estación de Conrad, y a una comercialización de pequeños receptores en un área muy pequeña.

Este proceso absolutamente comercial contribuyó al uso doméstico de la radio y su masificación. “La estación KDKA anunció que transmitiría los resultados de la elección presidencial de 1920. Y transmitió los resultados que le eran suministrados desde un periódico cercano. Las cifras fueron transmitidas durante la noche del 11 de noviembre.”⁹ Entre 500 y 1.000 personas escuchó la noticia de que Warren G. Harding había sido elegido presidente de los Estados Unidos.

Las ventas a plazos facilitaron que familias de bajos recursos compraran radios. Escuchar radio era una actividad cada vez más popular.

Los oyentes estaban más interesados en un entretenimiento “gratuito”, que en este caso lo ofrecía la radio; que en una programación de calidad la cual tenían que pagar.

La publicidad fue resistida durante un tiempo, pero llegó inevitablemente. “Fue artificialmente aplazada durante un breve período por la American Telephone and Telegraph Company, que controlaba muchas patentes. Al comienzo, la publicidad fue moderada. El público estaba dispuesto a oír la publicidad con tal de poder disfrutar sus programas.

(8 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

(9 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

El dinero de la publicidad hacía posible la contratación de cómicos, cantantes y de orquestas. Los radioteatros semanales se hicieron populares. Al final de la década de 1920, los principales problemas de la radio como medio de comunicación de masas estaban solucionados.”¹⁰ Solo tenían que empezar a poner más cuidado en la forma de hacer radio, pero en sí, estaba con la puerta abierta hacia un mundo desconocido de comercialización total.

1.2 LA HISTORIA DE LA RADIO EN MÉXICO

El ingeniero Constantino de Tárnava, es reconocido como el iniciador de la radio en México, ya que en 1919 instala en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, la primera estación experimental en nuestro país.

En 1918, el creativo muchacho se trasladó a Estados Unidos para realizar sus estudios profesionales en la Universidad de Notre Dame. Durante sus años de estudio, pasaba los veranos con su familia en Monterrey y aprovechaba para experimentar con la Radio. Constantino transmitía para los dos radioaficionados que existían en la ciudad: Rodolfo de la Garza, gerente del Banco de Nuevo León y R. Bermúdez, fabricante de acumuladores.

Con el apoyo de sus padres, el joven estableció en el patio de su casa un improvisado laboratorio que hacía funcionar con piezas y bulbos de desecho. “Esta fue su primera “estación experimental” que llamo con las siglas “TND” [Tárnava Notre Dame] a falta de otro indicativo. El periódico “El Porvenir” publicaba los horarios de transmisión. Se leían noticias ya publicadas, se tocaba el fonógrafo, y una que otra vez una pianola. El 9 de Octubre de 1921, su proyecto radiofónico se consolida al inaugurar la emisora CYO, posteriormente identificada como XEH. Donde Tárnava transmitió formalmente su primer programa “en vivo de estudio” y decidió regularizar las transmisiones con un horario fijo: todos los miércoles de 8:30 a 12:00 de la noche, con una

(10 “www.radiomarconi.com/marconi/hertz.htm 23 MAYO 04”)

potencia de 10 watts. El ingeniero utilizaba los micrófonos Ericsson y Acusticon al realizar sus transmisiones.”¹¹

El primer programa radiofónico se origina la noche del 27 de septiembre de 1921, en una cabina construida en la planta baja del desaparecido Teatro Ideal en la Ciudad de México. “La estación, propiedad de los hermanos Adolfo y Pedro Gómez, así como de Francisco Barra Villela. Muy importante para el desarrollo de la radio en nuestro país fue 1923. En ese año se inauguran, entre otras, las emisoras CYL denominada "El Universal Ilustrado, La Casa del Radio", propiedad de los señores Raúl Azcárraga y Félix F. Palavicini y la CYB hoy conocida con las siglas XEB, de la compañía cigarrera El Buen Tono”.¹²

Desde el inicio de sus transmisiones, el 18 de septiembre de 1930, XEW, La Voz de la América Latina desde México, marca una nueva etapa en la industria, por su programación, alcance y potencia. Esta estación la fundó Don Emilio Azcárraga Vidaurreta e instaló el ingeniero José Ruiz de la Herrán Ipao, convirtiéndose en toda una tradición dentro de la radio del país al impulsar a la radiodifusión comercial a su consolidación durante las dos décadas siguientes.

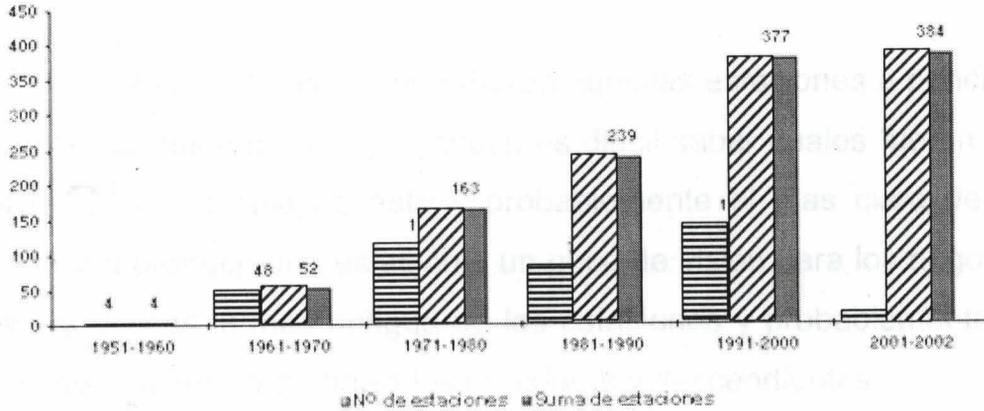
Radio Programas de México surge como una nueva estructura radiofónica, al unirse el primer grupo de estaciones de radio con fines comerciales en 1941, fundado por los señores Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez. “A fines de la década de los cuarenta, gracias a los avances tecnológicos en radiodifusión, en México comienza a experimentarse con la Frecuencia Modulada. En 1952, Don Federico Obregón Cruces instala la primera estación de este tipo, la XHFM-FM, misma que permanece hasta el año de 1957. Dos años antes, en 1955, el señor Guillermo Salas Peyró logra

(11 “Aguirre Gómez, Adrián “La industria de la Radio y Televisión de México”1990”)

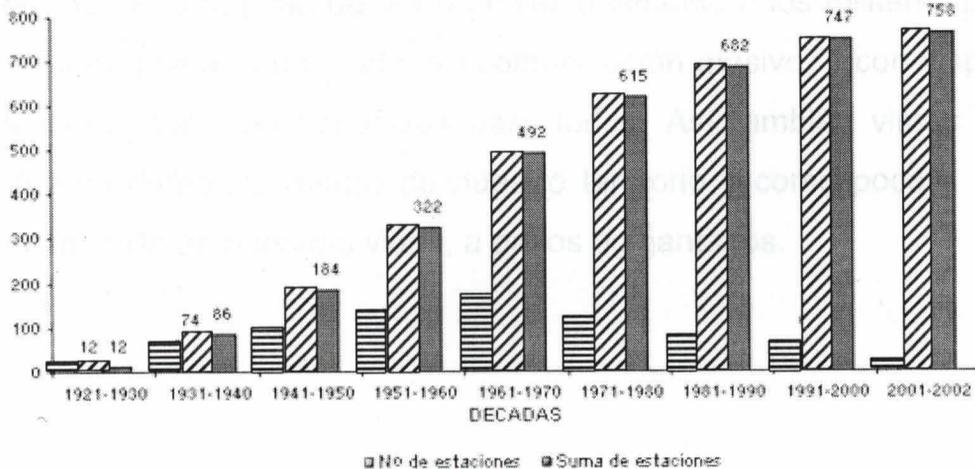
(12 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

darle un real impulso a la FM al instalar, en la capital del país, la XEOY-FM, primera emisora en América Latina que transmite en sistema estereofónico.”¹³

Crecimiento de estaciones de radio FM



Crecimiento de estaciones de radio AM



(13 “Aguirre Gómez, Adrián “La industria de la Radio y Televisión de México”1990”)

A partir de estas fechas la radio comenzó a tener un auge en la República mexicana así como lo demuestra la gráfica; ya que este medio se empezó a ver más comercialmente, y con vistas a convertirse en un buen negocio para las personas; no solamente se podía convertir en un medio donde se dijeran cosas sin importancia si no que se convertiría en un medio que fuera cercano a la gente y además muy fácil de poder controlar, reproducir y con costos relativamente bajos.

Ahora, no es difícil poder saber que fueron aquellas estaciones a principios de este avance en nuestro país, y tampoco es difícil saber cuales fueron las que sobrevivieron, el ejemplo de esto y probablemente el mas claro de lo que puede llegar a producir una estación y un poco de visión para los negocios, es la XEW, ya que es la más antigua de las estaciones y probablemente la que más recursos ha generado hacia los creadores y descendientes.

COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

A fin de cuentas, en el recuento de este capítulo pudimos observar como la radio paso por un proceso de ser un simple aparato, que en algún momento de la historia nadie confiaba en él y mucho menos como si este pudiera llegar a ser un buen medio de comunicación y entretenimiento para las personas de un futuro no muy lejano; paso de ser un invento vendido a los militares para una comunicación rápida, a un medio de comunicación masivo, y con vísperas de un éxito comercial, con beneficios para todos. Así también vimos que tan rápida fue su demanda dentro de nuestro territorio y como poco a poco se convirtió en parte de nuestras vidas, a pasos agigantados.

CAPÍTULO I
COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

En el presente capítulo se abordará el tema de la comunicación y su importancia en el mundo actual. Se analizará cómo la tecnología ha transformado las formas de comunicación y cómo esto afecta a la sociedad en general. Se explorarán los diferentes canales de comunicación y los desafíos que enfrentamos en este entorno digital.

CAPÍTULO II

COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

Este capítulo profundiza en el estudio de la comunicación como un medio esencial para el desarrollo humano y social. Se examina el papel de la comunicación en la cultura, la educación y el trabajo. Se discuten las teorías de la comunicación y se aplican a situaciones reales. Se enfatiza la necesidad de una comunicación efectiva y ética en un mundo globalizado.

CAPÍTULO II

COMO UN MEDIO DE COMUNICACION

En el siguiente capítulo analizaremos la radio como un medio de comunicación especializada ya como tal, abarcaremos la radio como un medio masivo, y cuáles son los factores que hacen que sea un medio de comunicación masiva ya con los estudios hechos para desmembrarla y hacer mención de sus partes, las ventajas que nos presenta la radio, que estas son las partes que hacen que tenga un distintivo sobre los demás medios de comunicación, y por último la función que tiene en la sociedad, así podremos observarla como un medio que no solo sirve para informar si no que tiene características especiales que ningún otro medio masivo tiene.

2.1 LA RADIO COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

La radio tiene una gran diversidad de funciones, es el medio más veloz que existe para la transmisión de noticias y es también una amiga personal de relajante familiaridad. La radio sirve tanto como estímulo cultural como para facilitar consejos prácticos, y es una valiosa conexión de comunidades y regiones de distintos lugares el mundo. Pueden diseñarse sus programas para que cubran un continente o únicamente para satisfacer las necesidades de una pequeña y aislada comunidad, de nuestro país.

También, independiente de todo y algo que cabe mucho resaltar es que la radio hace imágenes, estimula la imaginación de forma que en cuanto la voz sale al aire, el oyente intenta visualizar lo que oye, y recrear en su mente al autor de la voz.

“Al contrario que en la televisión en donde las imágenes están limitadas por el tamaño de la pantalla, las imágenes radiofónicas pueden ser del tamaño que uno desee. Con los efectos sonoros apropiados y el apoyo de la música

adecuada, se nos puede hacer visualizar prácticamente cualquier situación planteada por nuestro locutor, ya sea alegría, paz, miedo etc".¹⁴

"La transmisión de noticias, la exactitud y objetividad del relato dependen de la integridad y honradez del informador. En el caso de la radio la gran fuerza que representa el poder apelar directamente a la imaginación, no debe convertirse en la debilidad de permitir una interpretación individual de un hecho objetivo, y mucho menos la deliberada exageración del acontecimiento por parte del locutor.

El guionista y comentarista radiofónico escoge sus palabras de forma que estas creen las imágenes adecuadas en la mente de su oyente, consiguiendo así que su relato sea comprendido y debidamente interpretado".¹⁵

La radio es directa

Esta es un medio de comunicación que puede llegar a uno o a varias personas simultáneamente y de forma directa a cada una, el locutor no debe abusar de lo directa que es la radio. Lo que debe hacer es utilizarla como medio para hablar directamente con el público. Si el programa es transmitido "en vivo", la radio tiene la ventaja de poder hablar con esta persona de manera inmediata y con muchos otros receptores. Regularmente con los programas que son grabados pierden esa vivencia del contacto locutor, receptor, y al igual que un periódico, pierde la "inmediatez".

El medio radiofónico es totalmente inmediato, ya que los ondas circulan a velocidades impresionantes y que no podemos ver, la diferencia con la televisión es que en la radio no tienes que reforzarte de imágenes para poder saber lo que esta pasando.

(14 "APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003")

(15 "Curiel, Fernando "La Escritura Radiofónica, Manual para Guionistas" 1991")

La sencillez de la radio

Para el radiodifusor la comparativa sencillez de la radio, significa una flexibilidad en sus programaciones. Los espacios dentro de los programas e incluso programas enteros, pueden ser anulados para ser sustituidos en plazo inmediato por algo más urgente.

La radio es barata

“En relación con los otros medios tanto el volumen de inversión, como los gastos de explotación son bajos. La radio es también barata para el oyente, estos solo requieren de aparatos sencillos y de poco consumo energético para escucharla”¹⁶.

El carácter transitorio de la radio

Es un medio muy efímero y si el oyente no llega a tiempo para la emisión de algún comentario o noticia, entonces habrá pasado y tiene que esperar a la siguiente. Por esta razón con frecuencia se hace conveniente que el radiodifusor tenga algún registro de audio o en forma escrita, como comprobación de lo que se dijo y por quién.

“En la práctica parece aconsejable conservar una cinta de la transmisión como garantía contra acusaciones de prácticas ilegales, especialmente las formuladas por personas que no oyeron directamente el programa y que actúan en base a lo que se les contó sobre el mismo.

(16 “www.unav.es/cys/xv1/rrodero.htm CONSULTA 22- MAYO 04”)

Por otra parte, esto indica que el director-realizador debe procurar conseguir un máximo de lógica y orden en la presentación y programación de sus ideas, así como el uso de un lenguaje de clara comprensión”.¹⁷

La radio es selectiva

La responsabilidad de un radiodifusor es distinta de la que tiene el editor de un periódico, ya que el primero elige exactamente lo que ha de recibir su consumidor.

En la radio el proceso de selección tiene lugar en el estudio y al instante, y al oyente o radioescucha se le presenta una sola línea de material, que después de salir al aire no puede ser revisado.

Por consiguiente la selección y formato del material hablado debe estar más comprimido y debe ser mucho más lógico para una mejor comprensión y mucho más ágil. “La personalidad de la radio tiene la gran ventaja que el medio hablado tiene sobre el escrito reside en el sonido de la voz humana, el calor, la compasión, la ira, el dolor y la risa.

Una voz tiene capacidad de impartir mucho más que la palabra impresa. Tiene inflexión y acento, duda y pausa, y una variedad de énfasis y ritmos. La información que un locutor imparte depende tanto de su estilo de presentación como del contenido de lo que dice.

La vitalidad de la radio reside en la diversidad general de esta, en la diversidad de voces que emplea, los giros de tonalidad de las frases, y la idiomática local”.¹⁸

(17 “Curiel, Fernando “La Escritura Radiofónica, Manual para Guionistas” 1991”)

(18 “www.weblandia.com/radio/esca2-e.htm 23. MAYO 04”)

La radio tiene música

La radio proporciona el placer de un suave fondo musical, como también concentra totalmente nuestra atención.

El que el oyente no elija la música hace que este oiga algo completamente al azar, un encuentro por sorpresa con algo imprevisto. Esto indica a los radiodifusores, que el factor "sorpresa" es importante para lograr mantener el interés de la audiencia para sus programas de entretenimiento. Aunque también debemos saber que no todas las radiodifusoras tienen este fondo musical mencionado, en algunos casos como en las noticias se prefiere escuchar sin fondos musicales, ya que puede distraer al receptor de lo que pueda decir el locutor.

La radio y la comunidad

La experiencia de trabajo radial implica crear un espacio comunicacional de encuentro entre dos o más partes de una sociedad, que se concibe como una parte de intercambios de las distintas necesidades de la comunidad, o pudiendo ser un solo sector de la población.

Esto implica generar ámbitos de participación en torno a dos tipos de problemáticas y necesidades: las detectadas y las que puedan aparecer a partir de los encuentros y diagnósticos en el transcurso de la experiencia de comunicación. Se busca tanto reforzar las instancias de participación existentes, como fundar y multiplicar otras nuevas.

A partir de las instancias de participación existentes se construyen espacios de comunicación y vinculación con la comunidad. Las nuevas formas de participación permiten detectar problemáticas puntuales y construir formas y ámbitos de gestión para encontrar salidas conjuntas.

Como trabajadores de la comunicación y el periodismo, y concibiendo la información como un bien social, nos planteamos articular el proceso de construcción de la comunicación con la comunidad. La propuesta se elabora en base a dos ejes primarios:

1) La construcción de la noticia: habitualmente, en el proceso de construcción de la noticia, los sujetos de ésta intervienen como pasivos, objeto y objetivo, pero no como constructores de los relatos que los involucran. Hay un desfase entre el discurso de los medios y los discursos o relatos que circulan en la comunidad en su que hacer cotidiano.

Esto se observa en el hecho de que las problemáticas cotidianas de las comunidades están ausentes en los grandes medios. Se trata de esos pequeños relatos que circulan sin visibilidad, pero que construyen la dinámica en que se desenvuelven las prácticas sociales. Nos hemos acostumbrado a un discurso despersonalizado y despersonalizante. “Mostramos a la industria automotriz pero no vemos al operario; nos referimos al desempleo y no contamos las penurias del albañil sin trabajo (...) cotidianamente los medios producen discursos en los que hacen abstracciones de la gente.

2) La circulación de los relatos: por la lógica de concentración de los medios de comunicación, las organizaciones sociales comunitarias, formales y no formales, no tienen posibilidad de que su voz circule y sea escuchada, tanto vertical como horizontalmente. Ni entre los miembros de su comunidad inmediata, ni ante quienes deberían oír sus problemas en las instancias estatales. Falta así una comunicación fundamental para construir y sostener el tejido solidario en una comunidad.”¹⁹

(19 “[http://es.wikipedia.org/wiki/Radio \(medio de comunicaci%F3n\)#Usos de la radio](http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_(medio_de_comunicaci%F3n)#Usos_de_la_radio) 24 DE MAYO”)

La forma básica de intervención es el taller de producción radiofónica, invitando a cierto sector afectado o inclusive como una sola opinión, solamente a algunos. Sus características dependen de la edad o los rasgos sociales o culturales de los participantes, o del ámbito en que se desarrolla el proyecto a seguir (por ejemplo, una organización social no formal o una institución formal como una escuela), o simplemente personas comunes que les aquejan las debilidades de una sociedad en progreso.

2.2 LAS VENTAJAS DE LA RADIO

“La Radio es el teatro de la mente y lo reúne todo, los personajes y las situaciones junto con las palabras”.²⁰

La Radio es un medio muy íntimo, se dice muchas veces que la radio llega a ser mucho más grande que las vivencias de cualquier persona pues no se limita la imaginación en ningún momento, este medio es de los que probablemente refiriéndonos a sus ventajas tiene la facultad de poder englobar su creatividad sobre los demás. Claro que también puede limitar el hecho de la propia imaginación de los receptores, puede ser tan grande y a la vez tan pequeña.

Qué son las ventajas de un medio

“Se les otorgan a cualquier medio de comunicación masiva para que este a su vez y como ya habíamos mencionado, se llegue a convertir en un medio masivo de comunicación, son las herramientas que les permiten poder ser una comunicación con muchos receptores.

De muchas maneras, estos valores de la Radio constituyen una herramienta de las comunicaciones modernas para el desarrollo de los nuevos conceptos mercadológicos, pues ya no existe un segmento de población que no pueda

(20 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

ser fácilmente identificado y alcanzado con éxito a través de alguna emisora de radio y dentro de un formato particular de audiencia, ya que se ha permitido el poder estudiar las audiencias de manera que efectivamente ya no es tan fácil no poder acceder a estas de alguna manera especializada".²¹

Principales ventajas de la radio

- **Cubrimiento:** Forzosamente esta no es una ventaja sino que pudiéramos tomarla como una condición como medio, se necesita sin ninguna excusa el poder cubrir la necesidad de una cobertura para los receptores aunque no necesariamente tiene que ser a nivel nacional todas las estaciones si no dependiendo a sus necesidades ya sea, regional o local. La radio por lo tanto es el medio que brinda más interacción con la gente y es muy flexible.
- **La Radio el medio personalizado:** Esta ventaja es consecuencia del bajísimo costo de un receptor de radio y de los diferentes perfiles de programación y audiencias personalizadas.

En esta ventaja tan importante en la comunicación de un mensaje, radica la esencia de la relación íntima oyente - emisora - programa, que le otorga al medio una oportunidad de contacto personal difícil de encontrar en otro medio.

Mirando esta ventaja con relación a la TV, este medio le apunta más a las grandes audiencias representadas en un alcance bastante heterogéneo de consumidores, mientras que con la radio se acierta con más precisión a lo masivo o a lo segmentado de un objetivo específico.

(21 "Virginia Nightgale "El estudio de las audiencias" El impacto de lo real, Edit. Paidós comunicación")

En términos generales, con esta ventaja se puede afirmar que la Radio tiene más valores en común con el medio de revistas que con la TV, pues el lector elige lo que desea conocer en una revista, así como el oyente prefiere y decide aquello que desea escuchar, en el momento y lugar que más le conviene.

- **El efecto multiaudiencia:** Con la masificación del medio por el uso de transistores y todas sus aplicaciones electrónicas, la Radio alcanzó su mayoría de edad con la multiplicidad de sus audiencias y la complementación de su público, no sólo a los que están en los hogares sino toda la amplia gama de oyentes alcanzados fuera del hogar. Esto le otorga al medio una gran movilidad de sus audiencias a través del oyente hogar/oficina/vehículo de transporte público-privado en la calle sitios de recreación, etcétera.
- **La producción radial:** Las posibilidades creativas en la Radio son amplias debido al bajo costo de la producción en el medio. Esto permite que una producción pueda tener tantas versiones o enfoques creativos como sean necesarios para cumplir con una estrategia integral de comunicación y lograr el impacto que hace exitoso un mensaje.
- **La inmediatez:** La agitada vida de hoy y la necesidad de información actualizada y de cultura en general por parte del individuo, le da a la inmediatez de la Radio una gran ventaja competitiva.

En el campo noticioso el medio ha superado a otros medios en la difusión de un hecho de gran trascendencia en forma inmediata y a veces simultánea.

La Radio se mueve al ritmo de los acontecimientos y esto la convierte en un medio de alto nivel de audiencias.

- **La flexibilidad:** “Es otra ventaja importante que le da al medio la magnífica opción de un sinnúmero de posibilidades de crear diversas estructuras de mensajes, en duración, tipo de programas, colocación de horario, cobertura de un evento, utilización de personajes, manejo de voces y perfiles de programación”.²²

El desarrollo de la programación de una radio, la permanente novedad en sus transmisiones y la modernidad de sus contenidos presentan a la Radio como el medio con la mayor versatilidad para llegar bien a la sociedad, agrupados en diversos segmentos de audiencia, hábitos y diversos estilos de vida.

2.3 FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO

La Radio se ha venido perfilando a través de los años como un medio en permanente innovación y desarrollo, a pesar de que en los comienzos de la Televisión prevalecía la opinión de que la Radio pronto dejaría de ser el medio protagónico de los grandes acontecimientos mundiales.

También la prensa le ha competido a la Radio, particularmente con el concurso de los diarios locales, pero la Radio se ha consolidado cada vez más por su avanzada tecnología que no ha cesado de manifestarse en los últimos 20 años y por la adecuación a la era moderna con la estrategia de la segmentación de sus audiencias, que le proporciona al medio progresivamente nuevos adeptos.

Lejos de ser la Radio un medio de comunicación en decadencia está creciendo más rápido de lo esperado desde los ángulos de la producción, avances tecnológicos, contenido de su programación, aspectos sociales, etc.

“Veamos algunos testimonios de autoridades mundiales sobre el tema:

(22 “http://www.iesabdera.com/der_1_05c.htm 23-MAYO 04”)

"La Radio es una belleza rara que debe ser manejada con cuidado"

Zale Radcliffe, libretista publicitario de Leo Burnett Londres.

"No han ideado una pantalla de TV tan suficientemente grande, brillante, clara y colorida como para igualar la capacidad de la mente para crear sus propias imágenes vivas..... Y lo que hace de la Radio un medio espectacular para *relatar*, también hace de ésta un medio espectacular para vender"

Bob Schulberg, Escritor.

"La Radio es el teatro de la mente y lo reúne todo, los personajes y las situaciones, junto con las palabras"

Scott English, Creativo de Leo Burnett

"La comunicación radial debe ser relevante para la audiencia y realzar la experiencia auditiva, conseguir que los oyentes usen su imaginación y sigan la pauta con interés"

Kit Cramer, Escritor".²³

Cuando se interroga sobre la función social que deben cumplir los medios de comunicación, entre los cuales la Radio cumple un papel protagónico, es común referirse a ellos como personajes desligados del contexto en el que operan y apenas como miembros de categorías escritas, radiales o televisivas (ahora también multimediales, con el Internet).

Durante años, estudiosos de los medios convirtieron la función social de los medios en simples enunciados que poco o nada tenían que ver con la realidad de los medios ni con la cotidianidad de las audiencias.

Sin embargo, el desgaste de las teorías, la modernización de los medios mismos, y la necesidad de segmentar las audiencias, lograron aterrizar los

(23 "www.classicradiogallery.com 23 MAYO 04")

conceptos y volver en acciones concretas la función social de los medios, puestos desde siempre en un "mundo social" hasta entonces visto muy plano.

Ese acercamiento "permitió desvirtuar mitos que durante años atacaron un desarrollo más social de los medios: por fortuna, lo social dejó de verse como lo asistencial, dejó de relacionarse con la caridad y con el paternalismo público y privado, y se superó el lamentable concepto de que lo social era sinónimo de pobreza.

También durante años la educación se remitió a una visión de cultura, que mal traducida ofrecía a las audiencias espacios pesados y tradicionalmente vistos como "ladrillos", que además no cumplían sus propósitos. Se entendía lo educativo como una oposición del entretenimiento, al que estigmatizaron como leve, frívolo, y que los estudiosos atribuían a un fenómeno bautizado como *americanización* de las producciones." ²⁴

Hoy sabemos que educar no tiene que ser tedioso y que entretener no significa ser superficial. Más aún, hemos probado que podemos fusionar los dos objetivos y aprender con cientos de opciones muy entretenidas.

Hoy ya se entiende que la función social de los medios de comunicación debe pensarse desde su inserción en la sociedad para que sea realista. Se acepta que los medios tienen un poder cimentado en su capacidad de influenciar comportamientos individuales y sociales, pero que sus relaciones con las audiencias deben superar las simples respuestas a los gustos de oyentes, lectores o televidentes.

Cada vez se fue haciendo más evidente que el enfoque de la definición de la función social del medio debía pasar por la forma como éste asume las necesidades de la sociedad, haciéndose a una responsabilidad que debe ir

(24 "APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003")

más allá de la capacidad difusora, del apoyo a campañas sociales o de la transmisión de información veraz, responsable y objetiva.

Se habla entonces de asumir la responsabilidad de mostrar los problemas que aquejan a la sociedad, identificar y dar cabida a los actores del conflicto y acudir a la historia del problema para la comprensión de su desarrollo.

Así entendida, la función social de los medios de comunicación debe traducirse en el apoyo a mejores condiciones de convivencia, en la presentación de maneras civilizadas de superar las diferencias en el fortalecimiento de la cultura ciudadana, en la aceptación de la heterogeneidad cultural, y en la expansión de las identidades regionales. Esta tarea se ejerza con acciones limitadas y provisionales. Acciones de la función social de los medios de comunicación.

a) Interlocución.

El incremento de conflictos al interior de la sociedad y la aparición de otros nuevos han diezmando la posibilidad de interlocución, entre otras cosas alejando más al ciudadano de quines están en el gobierno.

Este poco debate social debe ser facilitado por los medios de comunicación, especialmente con dos propósitos (que no son los únicos): hacer escuchar la voz de los ciudadanos y plantear los esfuerzos de intervención social que el gobierno hace a beneficio de la misma sociedad.

b) Fiscalización.

La distancia existente entre el ciudadano y el gobierno ha hecho que los medios asuman muchas de las funciones propias de éste, convirtiéndose en el canal de denuncia frente a abusos de cualquier forma de poder.

El tema de la fiscalización como función social de los medios, debe enmarcarse en principios de equilibrio, en la consulta rigurosa de las fuentes, en la imparcialidad, en el escuchar a los actores implicados, y en el juego limpio que se haga del manejo de la información.

c) Voz comunitaria.

Los medios de comunicación son en ocasiones la única oportunidad de expresión para muchos sectores sociales, enfrentados a una fuerte restricción de canales de información.

Desgraciadamente, la estratificación de las audiencias y el imperioso éxito comercial han logrado que estos sectores también cuenten con restricciones en algunos medios de comunicación, pero en la Radio, todos los sectores sociales deben tener el derecho al libre acceso para manifestar opiniones sobre la actividad cotidiana.

Acercamientos:

Aunque en general todas las actuaciones y situaciones propias de la sociedad deben ser abordadas desde la óptica de la función social de los medios, “son tres los temas que permiten una expresión más directa de esta función, toda vez que no parten de los intereses del medio ni de los gobiernos sino de la realidad vivida por los mismos ciudadanos: Ecología, Educación y Salud.

No existe en la actualidad un medio de comunicación que destine espacio, personal, recursos y tecnología al tratamiento de estos temas, y empezar a hacerlo demostrará que la inclusión en la programación de este tipo de programas responderá a necesidades de la ciudadanía.

El uso incorrecto de una herramienta adecuada resulta ser fatal para cualquier propósito social o comercial de un medio.”²⁵

(25 “APUNTES DE CLASE DE RADIO 2002-2003”)

Hay cuatro enfoques que deben desarrollarse específicamente, pero la audiencia definirá cuál de ellos es el adecuado para cada caso, tema o situación:

- **INFORMATIVA:** Se refiere a un manejo estrictamente más noticioso.
- **DIDÁCTICA:** Mediante la búsqueda de la enseñanza generando habilidades.
- **DENUNCIA:** Apunta a resaltar problemáticas de cada sector para movilizar opinión.
- **ANALÍTICA:** Busca explicar fenómenos o situaciones para hacerlas más comprensivas.

Funciones de la comunicación radiofónica:

Hay cuatro categorías de contenidos de comunicación

a) Persuadir

El arte de la persuasión consiste en HACER CREER – HACER ACEPTAR – HACER ADMITIR

- Es Reconocer las condiciones y cualidades del otro.
- Renunciar a impartir órdenes al otro.
- Tratar de lograr la adhesión del otro.

Decía Quintiliano "tres cosas debe hacer el orador: docere, delectare y movere": (enseñar, gustar y mover).

- Enseñar: apelar a la razón
- Delectare: hacer gustar, entretener,
- Movere: se dirige a los afectos, relación apasionada con el público.

b) Entretener

Tener algo entre: Supone la presencia de dos personas y una actividad que los ocupa. Supone una distracción de lo cotidiano.

Los espectadores u oyentes, utilizan los mensajes de los medios con fines de distracción, descanso y recreo, y lo hacen:

1. Percibiéndolo como un juego.
2. Percibiéndolo como un espectáculo.
3. Percibiéndolo como un medio de evasión.

La radio es distracción, espectáculo a domicilio, o con el simple hecho de picar o girar un botón, siempre amena pero nunca vacía de contenido.

b) Formar

Supone dar forma. Dar contenido. Apunta a transmitir el Bien, la Verdad y la Belleza que hay en las cosas.

Se trata de producir un enriquecimiento estético, afectivo, moral en quien participa del mensaje.

c) Informar

La función básica intelectual de informar se lleva a cabo para satisfacer una necesidad de utilidad práctica o de intereses inmediatos para la audiencia, como son las noticias de actualidad.

- “En la radio lo esencial es el entretenimiento, es el contenido básico, la información es el elemento invitado.
- En los diarios lo esencial es la información y el invitado son los entretenimientos”.²⁶

(26 “www.weblandia.com/radio/esca2-e.htm 23. MAYO 04”)

La radio gana periodísticamente en la actualidad y la agilidad para informar ya que inclusive hasta el equipo con que se transmite desde una locación es más fácil de transportar. Lo más actual es la aproximación en el mismo instante en que se produce y se conoce el hecho, la idea o dato desde el mismo lugar en que ocurre. La radio se acerca en directo y en vivo a esa realidad informativa que nos beneficia a todos los hombres, mientras que por ejemplo la televisión hay que reforzarla con imágenes contundentes para respaldar lo narrado.

Como se pudo ver, ya la radio cambia de ser un aparato electrónico de transmisión sencilla sin mucha ciencia a un medio de especialización con toda una gama de facetas para realizarse en cualquier lugar siempre y cuando exista tu audiencia, esto nos ayuda un poco a comprender la importancia que tiene este medio en comparación con los otros, ya pudimos observar que procuramos desmembrar la composición social de este medio y lo que llega a significar pues no solamente es una caja que habla, si no que existe mucho más detrás de todo lo que podemos percibir a simple vista, las funciones son ilimitadas no tiene un tope para poder detener la imaginación de los seres humanos.

CAPÍTULO III

CLASIFICACIÓN DEL MEDIO

CAPÍTULO III

CLASIFICACIÓN DEL MEDIO

En este capítulo analizaremos la radio, pero ahora de las diferentes formas en las que se nos presenta ya como una estación en forma, y de que manera identificarlas, tomando en cuenta que cada vez nos acercamos más a un medio que se especializa en muchas ramas para poder llenar a un público deseoso de tener una buena estación radiofónica; en nuestro caso será una cultural como ya la habíamos mencionado con anticipación, pero tendremos que entrar en detalles de los aspectos en los que se divide, clasifica, sus géneros, e inclusive técnicamente de que manera funciona para que se de esa magia al poder presionar un simple botón.

3.1 CLASIFICACIONES DEL MEDIO:

3.1.1 FORMA:

TIPOS DE RADIO:

Una radio libre es una emisora que además de no recibir ingresos de publicidad ni tampoco de instituciones públicas, funciona asambleariamente y contrae un compromiso con unas formas alternativas de informar y entretener y con la difusión de luchas sociales silenciadas por los medios oficiales.

Una radio alternativa se diferencia de la anterior en que no precisa de funcionamiento asambleario.

“Una radio comunitaria o asociativa depende de una asociación privada (asociaciones de barrios, juveniles, colectivos sociales, etc.), que la dirige e impone sus criterios, pudiendo funcionar dicha asociación de manera asamblearia y contraer el compromiso del que hablábamos en la definición de radio libre. En este caso, no habría diferencia entre una y otra. En caso

contrario, bien por no existir el compromiso mencionado, y bien por existir un proceso jerárquico de toma de decisiones, o incluso, por recibir subvenciones de entidades públicas, nos encontraríamos ante una radio asociativa”.²⁷

RADIO CULTURAL

Una radio cultural es aquella radio, generalmente comunitaria, que dedica la mayor parte del espacio de emisión a la difusión de contenidos culturales y al entretenimiento.

“La radio es mucho más que un hecho tecnológico; es ante todo un hecho cultural. De ser medio de transmisión, deviene espacio de compleja interacción en una comunidad y un ámbito social determinado: quienes producen los mensajes articulan con las audiencias, lo que genera nuevos discursos que circulan permanentemente entre audiencias y productores radiofónicos.

RADIO GUBERNAMENTAL

Es aquella que comunica ante la sociedad toda aquella información que se obtiene como noticia de las diferentes secretarías gubernamentales, cámaras de diputados, senadores. Todo lo que este relacionado con el sector oficial”²⁸

3.1.1 LEGALMENTE:

¿Cuál es la diferencia entre una Estación Concesionada y una Permisionada?

“Las Concesiones se otorgan a aquellas estaciones que son comerciales, mientras que los Permisos son para aquellas estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades

(27 “www.geocities.com/capitol_hill/9685/rlibre.html fecha de consulta 30/03/03”)

(28 “www.agapea.com/GeNEROS-FICCIONALES-RADIOFoNICOS-COLECCIoN-...A-INFORMACIoN--m1245i.htm CONSULTA 24- MAYO 04”)

y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios; es por eso que las estaciones permisionadas no pueden comercializar”.²⁹

3.1.2 TÉCNICAMENTE:

¿Qué es la Amplitud Modulada (AM)?

“Es la radiodifusión comprendida en el rango de 535 a 1605 Khz., en la cual, la variación en la amplitud de la información, se utiliza para alterar de manera sistemática (modular) a la señal que transporta el mensaje, llamándosele a esta última frecuencia portadora”³⁰.

Cabe mencionar que pondremos la siguiente descripción del funcionamiento de la radio en términos físico-matemáticos, por cuestiones de un entendimiento más asertivo, dirigido a que no tratamos con un aparato que solamente tiene una antena, luces y botones; trataremos de sintetizar la explicación tomada del Diccionario Enciclopédico Quillet, tomo 7, así veremos que es mucho más ciencia que algunos otros aparatos electrodomésticos.

Descripción matemática

Se alimenta una de las entradas de un circuito multiplicador con una RF portadora que llamamos "Eo". La segunda entrada del multiplicador se la alimenta con la señal de BF audio que denominaremos "Es" [modulante]. Esta última señal, es la que promoverá la variación de ganancia del circuito. A los efectos del análisis matemático, las señales Eo y Es son senoidales y las escribiremos como sigue:

$$E_o = E_{o_0} \sin \omega_c t$$

(29 "http://kane.uab.es/generes_radiofonics/materials/article_char.htm CONSULTA 23-MAYO 04")

(30 "www.unav.es/cys/xv1/rrodero.htm CONSULTA 22- MAYO 04")

Donde; E_{o_p} es el valor de pico de la onda portadora (señal de RF).

Recordemos que $\omega = 2\pi f$

$$y, E_s = E_{s_p} \text{ sen } \omega_3 t$$

Siendo: E_{s_p} el valor de pico de la señal de BF o audio.

Si se aplican las señales definidas a las entradas de un circuito multiplicador [modulador] el voltaje de salida E_m se expresa como sigue:

$$E_m = \frac{E_o \cdot E_s}{10} = \frac{E_{o_p} \text{ sen } \omega_o t \times E_{s_p} \text{ sen } \omega_3 t}{10} = \frac{E_{o_p} \cdot E_{s_p}}{10} (\text{sen } \omega_o t \times \text{sen } \omega_3 t)$$

Nota: El

valor $1/10$ es lo que se denomina factor de multiplicación y es un parámetro propio de cada circuito modulador (multiplicador). En este caso, se ha adoptado éste valor por ser un valor típico. La ecuación anterior representa el producto de dos señales senoidales de frecuencia distinta. La expresión exhibida no tiene la forma que habitualmente utilizan los Ingenieros y Técnicos en Radiocomunicaciones, ésta, se obtiene efectuando la sustitución del producto de las funciones seno, por una identidad trigonométrica.

Anteriormente se ha mencionado que E_o y E_s son funciones senoidales, mientras que E_m no lo es en absoluto. En la ecuación última, puede apreciarse que E_m (señal de AM), se encuentra formada, por dos ondas cosenoidales de frecuencias diferentes. La primera de las componentes de la señal modulada, tiene la frecuencia diferencia, y la otra una de suma.

En el dominio del tiempo la señal de AM, resulta ser la suma o superposición de dos componentes; la primera, de frecuencia diferencia (9 Khz.) y amplitud máxima 1,25 voltios y la segunda, de frecuencia suma (11 Khz.) y amplitud

máxima 1,25 voltios. Lo expresado anteriormente puede ser representado física o eléctricamente como dos generadores senoidales en serie.

Recordemos el significado de ESPECTRO: es una representación gráfica discreta de una señal, donde se indican con barras o líneas, la amplitud del pico de cada componente y su posición en el eje de las abscisas (X), revela la frecuencia. En las dos gráficas anteriores tenemos los espectros correspondientes a la entrada al circuito modulador y la salida del mismo. En el espectro de la izquierda (entradas), la primer línea, representa la señal modulante de baja frecuencia [BF] y la segunda, la portadora [RF]. Para el espectro de la derecha (salida), se aprecian: la primer línea, la frecuencia diferencia y la segunda, la frecuencia suma. La componente diferencia es también llamada Banda Lateral Inferior. La componente suma se denomina también Banda Lateral Superior. Las bandas laterales realmente existen, no son solo un argumento matemático, pueden ser filtradas y separadas. En el caso de AM hay dos bandas laterales que se posicionan simétricas respecto de la ubicación original de la portadora. Si se conoce el rango de frecuencias modulantes, es posible predecir el margen de frecuencias que han de ocupar las bandas laterales. Ejemplo: si la frecuencia modulante puede variar entre 50 SS y 4 Khz., las frecuencias caerán, en el lado inferior, entre 6 Khz. y 9,95 Khz. Mientras que del lado superior las frecuencias decaerán entre 10,05 Khz. y 14 Khz.

Con esta explicación, nos damos cuenta que es un aparato complejo y bastante estudiado para que funcione como lo conocemos hoy en día; así como ya se menciona, también cabe hacer hincapié que la gran mayoría de los radio receptores trabajan de la misma manera, tanto para Amplitud Modulada como para Frecuencia Modulada, tomando en cuenta que el propósito de lo anterior es con fines solo de explicación científica.

¿Qué es la Frecuencia Modulada (FM)?

Es el “servicio de radiodifusión comprendido en el rango de 88 a 108 MHz, en el cual, la variación en frecuencia de la información, altera de manera sistemática (modular) a la señal que transporta el mensaje. A esta última se le conoce como frecuencia portadora”.³¹

3.2 GÉNEROS RADIOFÓNICOS

Los principales géneros radiofónicos y televisivos son: los Informativos, los Educativos, los Documentales, los Infantiles, los Deportivos, los Religiosos, los Culturales, etc.

Los géneros informativos de la radio:

En el campo comunicativo, hay una lógica flexible de funcionamiento orientada por las determinaciones de los códigos que manejan la radio, la prensa, la televisión y recientemente los lenguajes multimedia, la acumulación poco sistemática de conocimientos durante una historia relativamente corta, y ciertas relaciones de re-producción que ponen el centro del valor competido en grandes núcleos de audiencia.

El discurso radiofónico y su lenguaje formado por: voces, entonaciones, silencios, música, etc., así como las mezclas posibles, se caracterizan, a diferencia de los signos lingüísticos, en su naturaleza analógica, ya que es más difícil determinar las lejanías entre el signo y su significado si reparamos, por ejemplo, en los sonidos de una ambulancia o del auricular telefónico. Estos signos tienen un gran parecido con la realidad.

(31 “www.unav.es/cys/xv1/rrodero.htm CONSULTA 22- MAYO 04”)

Como en la televisión, lo que sucede en la radio es, que de entrada, verdad. No es una recreación fría y distante, como la prensa, sino que percibimos personas de carne y hueso que cantan, hablan, se equivocan, están ahí y nosotros estamos en contacto con ellos, creyéndonles en toda la realidad que les da el habla directa y viva. Creerles, depende simplemente de su capacidad de mostrarse de manera emotiva y auténtica; calurosa y personal. Los formatos radiofónicos tienen necesidad de diferenciarse y ganar independencia respecto de los hechos y opiniones como, la prensa para ser creíbles.

Vivas y diferentes como las voces de la radio, las audiencias amplias están formadas por personas de muy diversos niveles socio-económicos, pero que comparten las preocupaciones de la ciudad contemporánea; el aislamiento, la necesidad de conversación en medio de las tareas rutinarias de la vida. "En este sentido, los factores de credibilidad mayor, se derivan de la particularidad del discurso radiofónico, de la cercanía afectiva y no de los prototipos. En consecuencia, aparecen mezclados en productos más híbridos aún y sólo reconocidos por su efecto general de sentido: nos mantiene informados, son noticiosos, etc., sin reconocer especificidad en formatos, que en otros lugares son diferenciados. La radiodifusión Argentina ha aumentado en los últimos años sus programas informativos y esto supone un despliegue de personas, capitales, habilidades y formatos que deben ser construidos todos los días por sus productores y, al mismo tiempo, poder ser escuchados por las audiencias en un proceso de competencia legitimadora".³²

No existen definiciones válidas en los textos académicos sobre la redacción y los géneros periodísticos, sin embargo la tradición ha impuesto dos grandes divisiones:

(32 "www.monografias.com/trabajos13/evoco/evoco2.shtm CONSULTA22- MAYO 04")

- El periodismo informativo.
- El periodismo de opinión.

Los géneros informativos:

“La Noticia, a la que nos referimos ampliamente, te explicamos sus peculiaridades y te enseñamos a construirla, es sin lugar a dudas, la fórmula estrella de transmisión de los contenidos informativos radiofónicos y es, también, la base sobre la que se edifican los dos géneros predominantes en el terreno de la Información: el Boletín y el Servicio Principal de Noticias, también conocido como Radio diario, Diario Hablado, etcétera.”³³

Los géneros de opinión:

La radio se ha constituido en el principal generador y formador de opinión pública y se convierte progresivamente en un espacio para la expresión de la diversidad social y política, y además se constituye en el medio de comunicación, por el cual más de la tercera parte de la población se entera de lo que acontece en el país, como en el mundo entero. “Esta nueva función social, muy diferente de aquella relacionada con la formación de una cultura de masas de carácter nacional, modifica pues, algunos elementos del juego en el campo de legitimidad con las audiencias y formatos claramente identificables por ambos.

Sus productos son espacios hablados, de participación directa o telefónica de las audiencias; el uso constante de los llamados géneros periodísticos destacando las columnas radiofónicas, los reportajes, las entrevistas, etc. La relación de estos con las audiencias, también desata mecanismos de

(33 “www.geocities.com/capitol_hill/9685/rlibre.html fecha de consulta 30/03/03”)

legitimación muy diferentes de aquellos que desataban los conciertos en vivo, las radionovelas o las parrillas musicales”.³⁴

Los géneros deportivos:

Las formas de transmisión de los contenidos deportivos que imperan en la radio son tres: el Informativo, el Magazine y el Carrusel, y Género, este último, que debe su nombre a su particular manera de estructurar la emisión, puesto que se trata de una rueda de conexiones que se van sucediendo periódicamente a lo largo de un extenso periodo de tiempo.

Los géneros musicales:

La Radio fórmula musical, como se apunta en la programación radiofónica, es el género dominante en lo que a la emisión de contenidos musicales se refiere. No obstante, en este ámbito encontramos otras formas de transmisión que merecen ser destacadas, como el Musical especializado y, también aquí, el Magazine.

Los géneros de entretenimiento:

Sin duda alguna, el “Magazine se consagra como el género protagonista de los contenidos de entretenimiento imperantes en la oferta radiofónica, aunque en este terreno no faltan los programas de Humor, que han ido acrecentando progresivamente su presencia en las ondas. En cambio, el Concurso, un género estrella del entretenimiento en otras épocas, ha ido perdiendo posiciones con el transcurso de los años”.³⁵

(34 “http://kane.uab.es/generes_radiofonics/materials/article_char.htm CONSULTA 23-MAYO 04”)

(35 ” www.agapea.com/GeNEROS-FICCIONALES-RADIOFoNICOS-COLECCIoN-...A-INFORMACIoN--m1245i.htm CONSULTA 24- MAYO 04”)

El lenguaje radiofónico está compuesto por varios componentes verbales y no verbales que impactan los géneros periodísticos de diversas maneras. Así, tales estrategias de comunicación que intentan generar un determinado efecto de sentido en la audiencia deseada, deben ser analizados no sólo desde sus características periodísticas, sino también desde las diferentes dimensiones a través de las cuales puede verse el discurso radiofónico, a veces no preparado y basado en improvisación, como algunos muy especializados y con enfoques científicos.

“Los géneros de opinión y que puede sintetizarse en:

- A) ideas explícitas o implícitas
- B) valores y modelos de acción respecto de los sucesos construidos, (descripciones, denuncias, propuestas, negociaciones, conflictúa, consensa, defiende)
- C) temas tratados
- D) fuentes frecuentes
- E) ámbitos y espacios de los temas
- F) temporalidad
- G) Actores sociales representados”.³⁶

La idea de que la radio tenga géneros, un lenguaje propio, existan diferentes tipos de radio en el mundo y en nuestro país, es con la única idea de poder llegar a un publico receptor especifico y poder satisfacer todas las demandas que este tenga para utilizar el medio; así mismo con toda esa variedad de radiodifusoras cada día se puede especializar mas en ciertos aspectos y necesidades de un publico meta.

(36 “www.agapea.com/GeNEROS-FICCIONALES-RADIOFoNICOS-COLECCIoN-...A-INFORMACIoN--m1245i.htm CONSULTA 24- MAYO 04”)

Con todo esto podemos dejar claro que la radio también tiene una ciencia, que no solo es transmitir de manera fuerte para que las demás personas que se encuentran lejos te escuchen; que no solo es un receptor barato de adquirir, que no solamente es para llenar huecos en ciudades grandes, pero sí debemos destacar que las cosas mas importantes del capítulo son los apartados de la radio cultural, la diferencia entre Permisionada y concesionada y algunos de las géneros ya que dependiendo de esto, analizaremos nuestro objetivo, que es Radio Nicolaita; a partir de este capítulo comenzaremos a investigar la parte de la radiodifusora ya comentada con lo ya puesto en la metodología, los capítulos anteriores nos sirvieron para destacar lo mas valioso del medio de comunicación y como fue que ha existido hasta nuestros días.

CAPÍTULO IV

HISTORIA DE LA U.M.S.N.H.

CAPÍTULO IV

HISTORIA DE LA U.M.S.N.H.

CAPÍTULO IV

HISTORIA DE LA U.M.S.N.H.

En este capítulo veremos ya situado de manera aterrizada lo que queremos investigar, se dará a conocer la historia de donde proviene y como es que nace Radio Nicolaita, los esfuerzos que se hicieron y que se pretende realizar dentro de la estación, veremos toda la estructura, su marco organizacional, la planeación que tienen y sus planes a futuro para seguir avanzando y consolidarse como una radiodifusora de calidad en la ciudad, se les harán algunas comparaciones significativas con su competencia Radio Michoacán, que también es una estación Cultural, e intentaremos analizar y concluir cuál es la causa de los problemas planteados.

4.1 HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO

Queremos señalar que la siguiente cronología de hechos relacionados con la historia de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, es una recopilación personal de varias recopilaciones de escritos consultados en diferentes fechas, que contienen de manera mas basta y precisa como se desarrollo el crecimiento de esta gran Universidad Michoacana, se hace mención de fechas a acontecimientos importantes de la historia con palabras del que suscribe con la asesoría de la Sra. Silvia Figueroa Zamudio de la secretaría Académica de la universidad, quien apoyo con mucho material escrito anteriormente por ella misma, por tanto la historia no se altera solo se explica de la manera más comprensible para que se perciba de forma más digerible.

La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, es en la actualidad la institución de educación superior de mayor tradición en el estado de Michoacán. Sus antecedentes históricos se remontan a 1540, año en que don Vasco de Quiroga fundara en la ciudad de Pátzcuaro el Colegio de San Nicolás Obispo, con el propósito de formar sacerdotes que lo auxiliaran en la evangelización de los naturales del vasto territorio bajo su jurisdicción.

Vasco de Quiroga mostró, a lo largo de su gestión episcopal, especial preocupación por consolidar la naciente institución educativa; gracias a sus negociaciones, Carlos I de España expidió una Cédula Real el 1o. de mayo de 1543, en la que aceptaba asumir el patronazgo del colegio, con lo que a partir de esa fecha pasaba a ser el Real Colegio de San Nicolás Obispo.

En 1566 una Ejecutoría Real dispuso que el Cabildo Eclesiástico ejerciera a nombre del monarca español, la administración del plantel quiroguiano. Frente a las exigencias de la Iglesia postridentina, de dar una nueva orientación a la formación de sacerdotes, el Cabildo resolvió en 1574, entregar responsabilidad académica a la ameritada Orden de los Jesuitas.

En 1580 con el cambio de la residencia episcopal de Pátzcuaro a Valladolid, San Nicolás también fue trasladado fusionado al Colegio de San Miguel Guayangareo. La nueva sede catedralicia representó un gran avance para el fortalecimiento del obispado de Michoacán, no obstante la formación de sacerdotes seguía sin responder a los reclamos del Concilio Tridentino, ampliamente reafirmados durante el III Concilio Provincial Mexicano de 1585.

Para resolver esta situación el cuarto obispo de Michoacán, fray Alonso Guerra, se empeñó a partir de 1590, en convertir al colegio en un Seminario Tridentino. Esta iniciativa encontró una gran oposición en el seno del Cabildo Eclesiástico, por considerar que de aceptar la propuesta se contravendrían los objetivos que dieron vida al plantel. A la muerte del obispo Guerra, tocó al sucesor fray Domingo de Ulloa recibir el 17 de octubre de 1601 la bula de

Clemente VIII, que ordenaba establecer un Seminario Conciliar aprovechando la infraestructura de San Nicolás.

La reacción del Cabildo no se hizo esperar y en desacato emprendió por la vía jurídica, una enérgica defensa que envolvió a las autoridades civiles y eclesiásticas de la Nueva España en un enfrentamiento que habría de prolongarse hasta el año de 1610, cuando el Papa Paulo V revocó la orden de su antecesor. No obstante, el Colegio de San Nicolás mantuvo durante ese tiempo sus actividades con regularidad sin incorporar cambios trascendentales en sus aulas, donde se enseñaba lo indispensable para atender los servicios religiosos de los españoles y evangelizar a los indígenas. Preocupada como estaba la sociedad vallisoletana en consolidarse, poco se interesaba en que sus instituciones educativas alcanzaran el desarrollo de las europeas; debió ser necesaria la afirmación del proyecto colonial para que los criollos sintieran la necesidad de igualar sus conocimientos a los de los claustros españoles.

Por tanto, a finales del siglo XVII el Colegio de San Nicolás sufrió una profunda reforma en su reglamento y constituciones, que sirvió de base para la modificación al plan de estudios de principios del siglo XVIII, en el que entre otras cosas se incluyeron las asignaturas de Filosofía, Teología Escolástica y Moral.

Un Real Decreto del 23 de noviembre de 1797, concedió a San Nicolás el privilegio de incorporar las cátedras de Derecho Civil y Derecho Canónico a su estructura.

Al comenzar el siglo XIX, podemos afirmar que el plantel atravesaba por los momentos más sólidos de su existencia y todo parecía indicar que se lanzaba a una carrera ascendente dentro del mundo intelectual novohispano. Sin embargo, las consecuencias del movimiento de independencia acaudillado por un selecto grupo de maestros y alumnos Nicolaitas, entre los que podemos mencionar a Miguel Hidalgo y Costilla, José Ma. Morelos, José Sixto

Verduzco, José Ma. Izazaga e Ignacio López Rayón, llevaron al gobierno virreinal a clausurarlo.

Una vez consumada la independencia de México, la principal preocupación del nuevo gobierno se centró en la reorganización nacional con base en un nuevo proyecto, que contemplaba por primera vez en este suelo, a la educación dentro de las áreas prioritarias. De esta manera, las medidas tendientes a la reapertura del plantel se iniciaron durante la década de los años veinte, tras una larga y penosa negociación entre la Iglesia y el Estado, el Cabildo Eclesiástico cedió, el 21 de octubre de 1845, a la Junta Subdirectora de Estudios de Michoacán el Patronato del plantel.

Con esta base legal, el gobernador Melchor Ocampo procedió a su reapertura el 17 de enero de 1847, dándole el nombre de Primitivo y Nacional Colegio de San Nicolás de Hidalgo, con ello se inició una nueva etapa en la vida de la institución.

En la segunda mitad del siglo XIX, la química, la física, la cosmografía, las matemáticas y la biología irrumpieron en las aulas Nicolaitas; laboratorios y bibliotecas se enriquecieron con importantes adquisiciones realizadas por el gobierno michoacano en países europeos, al tiempo que su patrimonio se engrandecía con donaciones que le hacía el ejecutivo estatal provenientes de los bienes secularizados a los templos y conventos michoacanos. Los aires de renovación que por esos años inundaron la entidad fueron portadores de bases sólidas, para la creación de una universidad en nuestro Estado.

Este proyecto se consolidó al triunfo de la Revolución Mexicana, cuando a escasos días de tomar posesión del gobierno de Michoacán, el ingeniero Pascual Ortíz Rubio tomó la iniciativa en sus manos, logrando establecer la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo el 15 de octubre de 1917, formada con el Colegio de San Nicolás de Hidalgo, las Escuelas de Artes y Oficios, la Industrial y Comercial para Señoritas, Superior de Comercio y

Administración, Normal para profesores, Normal para profesoras, Medicina y Jurisprudencia, además de la Biblioteca Pública, el Museo Michoacano, el de la Independencia y el Observatorio Meteorológico del estado.

Como integrantes del primer Consejo Universitario, se nombró a los directores de cada uno de los planteles y como rector al ingeniero Agustín Aragón, quien a pocos días renunció a su cargo por no aceptar la protesta constitucional a que lo obligaban los miembros del Congreso. Frente a este contratiempo la naciente institución quedó a la deriva, hasta que en 1918 fue designado el doctor Alberto Oviedo Mota como encargado de iniciar las actividades universitarias.

Al año siguiente, el Congreso nombró rector al profesor José Jara Peregrina y dictó además las primeras medidas tendientes a consolidar a la universidad, de ellas destacan la Ley Constitutiva y la creación de la primera partida presupuestal que le permitió subsanar las necesidades más apremiantes. En 1920, según la opinión del gobernador Francisco J. Múgica, la universidad continuaba "como un grupo de escuelas, que marchaban independientes unas de otras.

Para remediar esta situación, el general Múgica modificó la Ley Constitutiva y nombró nuevas autoridades, la rectoría la ocupó Ignacio Chávez, joven médico michoacano recién egresado de la Escuela de Medicina de la Universidad Nacional y que traía muy fresco ese modelo de universidad.

Durante su gestión se llevaron a cabo profundas reformas académicas y administrativas, que incluyeron las modificaciones a los planes y programas de estudio de todas las escuelas, resultando la de medicina la más favorecida, al incorporar a su planta docente a una pléyade de médicos michoacanos compañeros del nuevo rector, de ellos baste mencionar a Salvador González Herrejón, Adolfo Arreguín Vidales, Manuel Martínez Báez y el propio Ignacio Chávez quienes dieron un giro total a la enseñanza médica en el estado de

Michoacán.” Silvia Figueroa Zamudio (Secretaría Académica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo)

4.2 HISTORIA DE RADIO NICOLAITA

Nacieron al aire producto del entusiasmo de un grupo de Nicolaitas y la iniciativa del Dr. Melchor Díaz Rubio, rector en ese entonces de esta casa de estudios, quienes obtuvieron del presidente Luis Echeverría el equipo de transmisión para la puesta en marcha de una emisora de carácter cultural, dependiente de nuestra Universidad.

Los tramites ante la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, seguirían su curso hasta obtener con fecha 12 de febrero de 1974, la siguiente notificación por parte de la dirección de Concesiones y Permisos, dirigida al rector Díaz Rubio: Habiendo efectuado el estudio técnico por la dirección general técnica de esta subsecretaria de radiodifusión, “se encontró la posibilidad de asignar la frecuencia de 1370 hhz. En Morelia, Mich., para ser ocupada en servicio diurno exclusivamente, con una potencia de 0.5 KW., utilizando un sistema de antena omnidireccional, cuyo campo característico sea por lo menos de 175 mV/m. Mientras tanto, el concejo universitario autorizaba su funcionamiento y denominación mediante un comunicado dirigido al Lic. Luis Salinas Juárez, Director de Difusión Cultural e Intercambio Universitario en los siguientes términos: En sesión celebrada el día 8 de marzo, en este cuerpo colegiado autoriza el funcionamiento en el seno de esta casa de estudios, de una radio difusora de tipo cultural que llevara el, nombre de “Radio Nicolaita”. Sin embargo, continuará el trámite correspondiente que patentaba el interés de la Comunidad Universitaria por obtener la autorización. Sería de nuevo un comunicado que el rector Díaz Rubio refrendaba la petición ante el Lic. Julio Cesar Contreras Camacho, Director general de Concesiones y Permisos con fecha 23 de Marzo de 1974: En la calidad de Presidente y Secretario del H.

Consejo Universitario de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, solicitó se conceda la autorización, para que nuestra casa de estudios pueda echar a andar la radio difusora cultural; cuyo equipo nos fue donado por la presidencia de la Republica.”³⁷

Para fortuna, los trámites llegarían a su fin, siendo ya el Dr. Luis Pita Cornejo. Es en 1975 cuando se realizan los primeros proyectos de instalación bajo la supervisión del Ing. Pascual Ortiz Rubio y el colegio de San Nicolás de Hidalgo, sin embargo, la construcción de la Ciudad Universitaria y la existente (en el nuevo campus) infraestructura de la torre de control del antiguo aeropuerto de Morelia, sería fundamental para optar por el sitio para albergar a Radio Nicolaita una vez realizadas ciertas remodelaciones.

A principios de 1975 iniciaron los trabajos de instalación de la torre, transmisor y equipo accesorio, para la tarde del 27 de Marzo hacer las primeras pruebas al aire, donde los controles técnicos serían manejados por Enrique Ceras Campos. El 8 de Mayo de ese mismo año iniciaría formalmente su transmisión.

Diversos son los acontecimientos notables que han ocurrido en nuestra radio difusora; por mencionar algunos: la inauguración del nuevo transmisor el 3 de Septiembre de 1997, que vendría a sustituir al de bulbos, para obtener una mayor calidad y nitidez en nuestra señal. Ser la cede de la Tercera Reunión Ordinaria del Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior en febrero de 1998, siendo Secretaria de Difusión Cultural. La visita del embajador de Francia en México, Bruno Delaye, del Director de Radio Francia Internacional y Radio Nicolaita, que reafirmaría los lazos de amistad y de intercambio cultural entre Francia y México.

Actualmente, en el rectorado del Lic. Marco Antonio Aguilar Cortes se han llevado a cabo mejoras tanto materiales como en equipamiento, a fin de lograr mayor operatividad y rendimiento radiofónico a favor de nuestro público

(37 “Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo, “Obra Conmemorativa XXV Aniversario” XESV Radio Nicolaita. Morelia, 2001.”)

radioescucha. De igual forma, la Secretaria de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, "la Dra. Silvia Figueroa Zamudio, ha tenido a bien otorgar diversos apoyos como la adquisición de nuevo material discográfico.

Los primeros horarios que se tuvieron en la estación, en un principio fue de cuatro horas: por la mañana de 11:00 a 13:00 Hrs. Y en el turno vespertino de 17:00 a 19:00 Hrs. A partir de 1978 fue ampliado para laborar desde 7 de la mañana a 19:00 horas. Con posterioridad, tuvo un incremento notable siendo Secretario de Difusión Cultural, el Lic. Jorge Orozco Flores y Director el Lic. Eleazar Estrada Granados para quedar de 6 de la mañana a 24 horas. Cabe destacar que en ese periodo, su potencia también aumento de 500 a 1000 watts".³⁸

4.3 MARCO ORGANIZACIONAL DE RADIO NICOLAITA

Los directores de la estación como tal tienen la gran responsabilidad que implica estar al frente de una radiodifusora, han fungido como directores las siguientes personalidades: "Arturo Molina, Víctor Hugo Barriga Guzmán, Ernesto Ayala, Alejandro Delgado, Manuel Espinoza, Eleazar Estrada Granados, Humberto Méndez Campos y Luis Raymundo Herrera Espino.

La programación inicial de la estación incorporaría materiales provenientes de las embajadas de Alemania, Francia y Canadá; así como discos donados por destacados Nicolaitas e instituciones que conformarían una incipiente fonoteca, para principios de las transmisiones."³⁹

Así como lo señala el C. Lic. Raymundo Herrera Espino Director de Radio Nicolaita "Nos definimos como una emisora universitaria-cultural, cuya tarea es ofrecer espacios radiofónicos para extender los beneficios del conocimiento artístico, cultural y humanístico, entre otros, haciéndonos presentes en la

(38 "Cornejo Herrera, Arturo "Historia de la Radiodifusión en Michoacán" Edit. Paldom, S.A. de C.V. Tomo I")

(39 "Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo, "Obra Conmemorativa XXV Aniversario" XESV Radio Nicolaita. Morelia, 2001")

capital del estado y sus principales poblaciones circunvecinas a donde llega nuestra señal”.

FILOSOFIA DE LA RADIO.

“Por nuestra naturaleza permitida, las radiodifusoras universitarias-culturales del país en su gran mayoría, hemos adoptado los conceptos de "Definición y Misión", por considerar que el término "filosofía de la radio" se circunscribe a las radiodifusoras cuyo perfil es eminentemente comercial”.

Raymundo Herrera Espino (Director)

NUESTRA MISIÓN:

“Ofrecer las manifestaciones culturales, regionales y universales de una manera creativa e innovadora, y difundir los resultados del trabajo que realizan los profesores, investigadores, estudiantes, intelectuales y artísticas tanto locales como el país y el extranjero.

En atención a las funciones sustantivas de las Instituciones de Educación Superior el objeto de esta emisora es lograr un proyecto general de extensión de los beneficios de la ciencia, la cultura y la enseñanza con un propósito de servicio público y de democratización del saber, conforme a los lineamientos generales que aparecen en las leyes orgánicas”. Raymundo Herrera Espino (Director)

NUESTROS OBJETIVOS:

- 1.- Enaltecer la grandeza institucional de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, observando los fines consagrados en su ley orgánica.
- 2.- Divulgar los quehaceres en los ámbitos de la cultura, la docencia y la investigación que se generen en esta Casa de Estudios.
- 3.- Contribuir al fortalecimiento de la integración educativa de la región y cultural del país.

4.- Ofrecer información y cultura básica para la población mediante una programación viva, participativa, donde se traten temas de actualidad.

5.- Ser el enlace entre los universitarios con la población en general.

6.- Promover nuevos métodos de producción para enriquecer las formas de expresión cultural y didáctica”.⁴⁰

Radio Nicolaita es una estación que se puede sintonizar de 6:00 a 24:00 Hrs. Y es una estación que te ofrece información, música, expresiones culturales, universitarias, infantiles, científicas, y un sin fin de contrastes de opiniones de temas muy variados, que existen para una universidad tan grande.

POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN:

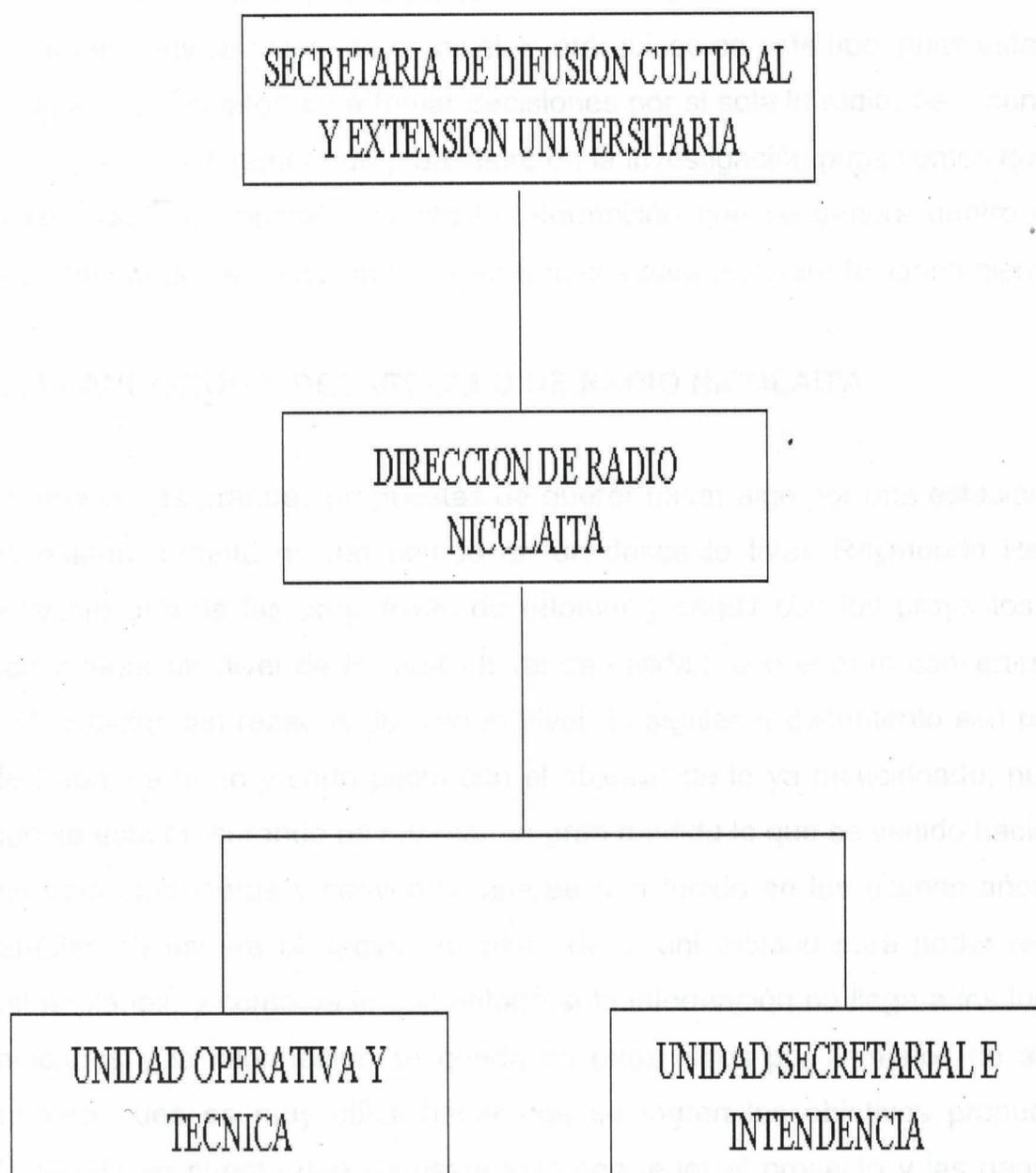
“Para poder tener un auditorio con el interés y más cercano a la estación se han desarrollado políticas para poder producir toda nuestra barra programática:

- Tengan valor cultural-universitario
- Se vinculen de manera estrecha con la sociedad.
- Sean innovadores.
- Sean constantes”. Raymundo Herrera Espino (Director)

Muy probablemente se cumplan estas políticas, pero como podemos ver dentro de lo que pretende Radio Nicolaita como una estación cultural de la mayor Casa de Estudios del Estado, que tan cierto puede ser esto. Ahora veamos su organigrama y sus formas de comunicación interna.

(40 “Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo, “Obra Conmemorativa XXV Aniversario” XESV Radio Nicolaita. Morelia, 2001”)

ORGANIGRAMA INTERNO DE LA DIRECCION DE RADIO NICOLAITA



Podemos observar con mucha claridad que se trata de un organigrama completamente militar. Solo existe una forma de comunicación hacia el interior y exterior de la misma estación, y podemos ver que esto representa un problema, que para algunos pudiera ser probablemente no muy serio el que no se tiene comunicación directa con rectoría, y si toda la estación depende de un solo departamento se puede bloquear la información fácilmente. Podemos ver que no es muy conveniente en niveles jerárquicos de este tipo, pues esta muy abajo en el escalafón para tomar decisiones por si sola la radio, pero aun falta por ver, esto nos genera un gran lastre en la investigación pues vemos que por la falta de comunicación directa la información que se genera dentro de la radio no puede ser vista sin filtros jerárquicos para un mejor funcionamiento.

4.4 PLANEACIÓN Y DESARROLLO DE RADIO NICOLAITA

En una de las grandes propuestas de querer hacer algo por una estación que ha estado durante mucho tiempo en un descuido total, Raymundo Herrera presento una de las propuestas de retomar y seguir con los proyectos para poder tener un nivel de Radio-Cultural de calidad, con el afán convertirse en una estación sin rezagos de ningún nivel. El siguiente documento son planes de trabajo a largo y corto plazo con el objetivo de lo ya mencionado, pues lo que se esta procurando es retomar en gran medida lo que se venido haciendo, así como los logros y convenios que se han tenido en los últimos años; así también se espera el apoyo por parte de la universidad para poder realizar estos planes, y como ya lo comentado si la información no llega a los lugares indicados y la información se queda en otros filtros por llamarlos de alguna manera pues es muy difícil hacer que se logren los objetivos propuestos. Tomando en cuenta que no basta solo con tener el proyecto y las ganas de hacerlo, pues vemos que falta la autorización del rector para realizar las cosas.

**DIRECTOR DE LA COMISION DE PLANEACION
UNIVERSITARIA.
P R E S E N T E.**

Respetable señor Director:

En atención a su petición relativa a informar las actividades de mayor relevancia de Radio Nicolaita, en el periodo enero 2003 a la fecha, me permito dar respuesta a los temas que nos ha requerido: Servicios a la Comunidad, Convenios, Eventos transmitidos, Filosofía de la Radio y Participación de la Comunidad Nicolaita.

PROGRAMA	OBJETIVOS	ACCIONES
Participación continúa y permanente de la Comunidad Nicolaita y Ciudadanía en General	<ul style="list-style-type: none"> • Vincular a los universitarios con la sociedad, mediante la participación de académicos, administrativos y alumnos en nuestros espacios radiofónicos, así como de los integrantes sindicalizados del SPUM y SUEUM. • Involucrar la participación de las organizaciones de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Durante este periodo se han transmitido programas radiofónicos que funden el quehacer de las facultades de Historia, Farmacobiología, Odontología, Veterinaria, Biología y Arquitectura. • Se realiza un proyecto que agrupará en un noticiero a todas las escuelas, facultades e institutos de la Universidad. • Presentación de libros y

	<p>sociedad civil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difundir el desarrollo de las ONGS y diversos actores de la vida política y social del Estado de Michoacán. • Promover y apoyar el establecimiento de puentes de relación entre los migrantes michoacanos que viven en el extranjero y la población radicada en el Estado de Michoacán. 	<p>actividades de la escuela nacional para trabajadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A través del programa Ex Libris los domingos de cada semana se brinda tiempo a dichas organizaciones así como en los espacios asignados a entrevistas. • Promocionales y difusión sobre derechos sexuales y reproductivos en México, para la red Ddeser. • Por conducto del programa "Participación" se tuvo la intervención de los distintos actores políticos de la entidad. • Transmisión en vivo desde Chicago de la federación de migrantes.
<p>Promoción de las Actividades Institucionales y</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener y difundir los principios y valores de la Institución a fin de 	<ul style="list-style-type: none"> • De manera ordinaria y permanente se elaboran promocionales que exponen

<p>de ocasión de las Dependencias que conforman la Educación Media Superior y Superior y de Instituciones de diversos niveles escolarizados.</p>	<p>fortalecer la pluralidad e ideología de sus integrantes.</p>	<p>el quehacer de las facultades que conforman nuestra máxima casa de estudios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades conmemorativas de la Escuela Normal Urbana Federal “Jesús Romero Flores”.
--	---	---

<p>Difusión Universitaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participar en las tareas de difusión de la Cultura y Extensión Universitaria. • Cubrir con regularidad los eventos universitarios de mayor trascendencia, a fin de difundir los eventos políticos, culturales y sociales a toda la ciudadanía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión permanente de eventos universitarios en transmisión en vivo y mediante controles remotos.
<p>Revaloración de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar la preservación, 	<ul style="list-style-type: none"> • Se impulsó la labor

<p>la producción musical local y del estado.</p>	<p>promoción y difusión de las diferentes manifestaciones culturales y artísticas de Michoacán.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propiciar el uso de mecanismo para que los creadores originales se expresen. 	<p>realizada por el centro de cultura Puhépecha de la Institución y de la región Lacustre de Pátzcuaro y zonas circunvecinas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los grupos locales y artísticos de nuestra casa de estudios tuvieron cabida en diversos espacios musicales y en promocionales específicos (Octeto Vocal Universitario Bola Suriana, etc).
<p>Modernización Tecnológica y de Producción de la Radio Universitaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar las más modernas tecnologías para poder comunicar a los michoacanos en general con la Comunidad Nicolaita. • Fortalecer a la Radio Universitaria en su operación y finanzas. • Consolidar a la Radio Universitaria como un medio con calidad y con 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad en las gestiones ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para la autorización de la transmisión en FM. • Aumento de cobertura, a 5000 watts de potencia. • Financiamiento mediante la prestación de nuevos servicios.

	<p>transmisiones únicas en su género.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigar nuevos métodos de producción radiofónica y, a través de éstos, experimentar formas diversas de expresión y difusión didáctica y cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enriquecer la programación por conducto de señales del país y del extranjero vía satélite. • Intercambios con otras difusoras universitarias – culturales, comerciales y canales de televisión.
Programa de Desarrollo de Personal	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la productividad laboral y de servicio de los trabajadores de la radio universitaria. • Capacitar a los trabajadores para elevar la eficiencia y calidad radiofónica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de medidas disciplinarias en el personal de base, suplentes y colaboradores voluntarios – gratuitos a fin de cumplir con esmero el inicio cotidiano de las transmisiones y la observancia de nuestra carta programática. • Organización, organizado por Talleres y cursos diversos para edición, locución y producción en general y vía Internet.
Vinculación Interinstitucional	<ul style="list-style-type: none"> • Firma de convenios, a fin de dar seguimiento y generar nuevas alianzas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ratificación del convenio celebrado entre Radio Francia Internacional y la

	<p>con otras instituciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción y difusión de campañas de diferentes instituciones, ayuntamiento, gobierno del estado, ONG'S. • Visitas y consultorías a radios universitarias de otras entidades del país. 	<p>Universidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenio con la Dirección General de Radio Educación para la transmisión, vía Edusat. • Convenio con Telecable Centro Occidente, en específico con CB Televisión. • Convenio Radio UNAM. • "Campañas Michoacán Limpio" y "Sé amable con el turista" • Campaña "Uno en Uno" • Tercera exhibición de Orquídeas, organizado por la CECONEXPO. <p>Visita del personal de Radio Nicolaita.</p>
<p>Programa de Desarrollo Institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A efecto de realizar adecuadamente y con calidad las actividades 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de cada uno de los programas para evaluar ingreso y permanencia.

	<p>propias de la radio, se llevará a cabo una integración anual de actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un catálogo de servicios al público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redefinir nuevos requisitos para la presentación de proyectos radiofónicos, acciones técnico – operativas para dar cobertura a 5000 Watts.
<p>Participación en Foros, Coloquios y Seminarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Intercambiar experiencias, comentarios entre los actores de la radio universitario – cultural de México. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentros Nacionales de Directores de las Radios Universitarias convocados por la ANUIES.
<p>Fonoteca Física y Virtual.</p>	<p>Con el fin de sistematizar y preservar el acervo musical con el que cuenta Radio Nicolaita, se instrumentarán acciones para iniciar y consolidar la fonoteca.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Catálogo pormenorizado acorde a las especificaciones del medio radiofónico. • Catálogo en MP3 con múltiples géneros radiofónicos.

Radio Nicolaita, es uno de los departamentos más olvidados dentro de una estructura tan grande como lo es la U.M.S.N.H., al poder tener la entrevista con algunos de los colaboradores así como con el propio director de la misma radio, nos que encontrarnos que sus principales problemas dentro de la estación son de tipo económico, pues su presupuesto para toda la

radiodifusora en sí, es mínimo en comparación de lo que pueden llegar a recibir otras áreas, dentro de la Universidad, así bien haciendo un comparativo con la radio cultural como lo es radio Michoacán, del sistema Michoacano de Radio y Televisión de nuestro estado, que es Permisionada de igual manera, estos llegan a recibir apoyos un poco mejores, con publicidad de servicio que les ayuda a la manutención del equipo por tal motivo son más solventes y un poco más independientes pues no están a la espera en muchas ocasiones a que les autoricen dinero y alguna ayuda para hacer algunas reparaciones del equipo; aunque cabe destacar que no tienen la sobre carga de empleados que tiene la Nicolaita; y por tal motivo tienden a ser mas organizados pues con poco personal se las arreglan para poder sacar sus programas al aire, no quiere decir que no tengan una buena calidad en programación si no que en esta radiodifusora son más estrictos con el tiempo aire programado.

Es importante mencionar que después de ver los dos programas de trabajo y los convenios que cada una de las estaciones tiene con diferentes estaciones culturales encontramos algunas diferencias considerables, radio Michoacán tiene un poco más de contactos que la Nicolaita, esto se debe a que radio Michoacán por medio de Gob. Del Estado, y por algunos contactos directos con gente del medio han provocado que se les ayude a nivel mundial, pues reciben algunos programas de Europa y de América latina, esto para beneficio de su audioteca, así cada día cuentan con más material y convenios de intercambios de personal para que vean y se aprenda a hacer radio de diferentes maneras, y que a su vez se vuelva reciproco la manera de aprender algo nuevo en el campo laboral, así cubren la necesidad de una capacitación constante para todo el personal, aunque cabe mencionar que también se les capacita en ciudades como DF, Colima, Guadalajara entre otras.

Lamentablemente los trabajadores que se encuentran laborando dentro de Radio Nicolaita, no tienen la oportunidad de tener una capacitación constante

y de calidad ya que comparando con radio Michoacán, ellos tienen la oportunidad de poder capacitarse cada seis o cada año, mientras que en la Universidad es solamente cuando la Secretaría de Difusión Cultural lo permite, ya que en sí, y como ya lo habíamos mencionado con anterioridad no tienen la capacidad económica de poder solventar ese tipo de capacitaciones, pues lo consideran una fuga económica; esto nos llegaba a comentar el Lic. Raymundo Herrera, Director; que a comparación de la universidad de Guadalajara y su estación radiofónica; en el estado Jalisco les pedían a todos los colaboradores y trabajadores un nivel mínimo de Lic. En Ciencias de la Comunicación, y que ellos les pagaban a veces maestrías y la gran mayoría de las capacitaciones al personal, y todo por parte del presupuesto de la misma universidad; se puede observar que esto es un claro ejemplo de una decadencia de interés por parte de las autoridades universitarias en nuestro estado, por que se gasta mucho dinero en otro tipo de cuestiones, que muchas veces no tienen sentido, y no se les pone interés a las que en verdad les sirven a la comunidad estudiantil.

Con todo lo anterior podemos observar, que la rectoría así como parte del escalafón jerárquico que se tiene no se ocupan realmente por una organismo interno como lo es Radio Nicolaita; con esto señalamos que como se pretende una real calidad en programación y que hacer radiofónico si no podemos capacitar el personal de forma adecuada para que pueda realizar el propósito fijado.

También nos comentaba el Lic. Raymundo Herrera, que no era sencillo hacer cambiar todo un estancamiento que lleva algunas décadas en la radio universitaria, pero que se pretende hacer que se establezca para final del 2007, pues dice que se ha trabajado más los últimos dos años que los anteriores diez, y espera poder dejar un buen legado para su próximo predecesor y seguir avanzando dentro de la gran familia que es la U.M.S.N.H.

En este capítulo nos dimos cuenta de lo que sucede hasta la actualidad a una estación que aun tiene muchas trabas puestas sobre el camino, después de mucho tiempo de diferentes cosas que la habían hecho estar en declive, empieza a dar tintes de un surgimiento con fuerza, eso claro poniendo atención en que les permitan seguir avanzando; se ve como es la visión de esta, de ellos mismos, y que a lo mejor van con el entusiasmo de salir de la neblina que atraviesan.

Aunque como ya lo comentaron en la entrevista no es nada fácil atravesar por esto, si no se trabaja en equipo y con la disposición de sacar la radio hacia otro nivel, pues creemos que no va a ser nada sencillo dejarle todo la carga a un director ya sea el actual o que venga. Se necesita una gran colaboración para poder quitar todos los desperfectos existentes, pero no es imposible.

Tenemos que ver ahora de que manera se encuentran posicionados dentro de la universidad y de las diferentes carreras que hay, para ello continuaremos con lo planeado.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

En este capítulo, mostraremos de forma detallada y precisa todas las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada dentro de la U.M.S.N.H., donde principalmente nuestro objetivo es conocer si todos los que conforman la misma, tienen el interés por la estación radiofónica que es parte de su institución educativa, y que en nuestro caso es Radio Nicolaita, además de poder seguir aclarando la hipótesis ya planteada.

Daremos un repaso de cada una de las respuestas realizadas en esta investigación, y cuál fue su tendencia ya sea favorable o no, sobre la estación de radio, también, mostraremos algunas de las sugerencias e inquietudes por parte de la comunidad estudiantil para la mejora de la estación radiofónica manifestada dentro de la misma encuesta, que esta nos servirá como una guía para poder observar lo que son las necesidades de la comunidad estudiantil.

Tomando en cuenta los resultados que la encuesta nos arrojó, es una parte esencial en la investigación, ya que es aquí en este punto donde realmente vemos el panorama que tiene la comunidad estudiantil de su radiodifusora. Veremos la encuesta aplicada a continuación para poder dar paso al análisis de la encuesta y posteriormente al análisis de los resultados, para poder darles una interpretación y poder seguir aclarando los objetivos y parte de la hipótesis planteada.

EDAD _____

CARRERA _____

ESCUELA _____

1.- ¿CONOCES LA ESTACIÓN RADIO NICOLAITA?

A) SI B) NO

2.- ¿ESCUCHAS LA ESTACIÓN?

A) SI B) NO

¿Porqué? _____

3.- ¿TE IDENTIFICAS CON LA ESTACIÓN?

A) SI B) NO

4.- ¿CREES QUE CUMPLA CON LAS FUNCIONES QUE DEBERÍA?

A) SI B) NO C) NO SE

5.- ¿TE GUSTA LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTACIÓN?

A) SI B) NO

6.- ¿CONSIDERAS QUE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN DENTRO DE LA ESTACIÓN TIENEN EL PROFESIONALISMO PARA TRABAJAR EN ELLA?

A) SI B) NO

7.- ¿CREES QUE ESTA BIEN LOGRADA LA PROMOCIÓN DE LA PROPIA ESTACIÓN DENTRO DE LA UNIVERSIDAD?

A) SI B) NO

8.- ¿PARA TU FORMA DE VER, QUE LE HACE FALTA A LA ESTACIÓN?

- A) LOCUTORES CAPACITADOS
- B) PROGRAMAS ESTRUCTURADOS
- C) DIVERSIDAD DE PROGRAMAS
- D) ENTUSIASMO PARA TRABAJAR

6.1 ANALISIS DE LA ENCUESTA

ESTADISTICA TOMANDO COMO REFERENCIA LAS EDADES DE LOS ENCUESTADOS

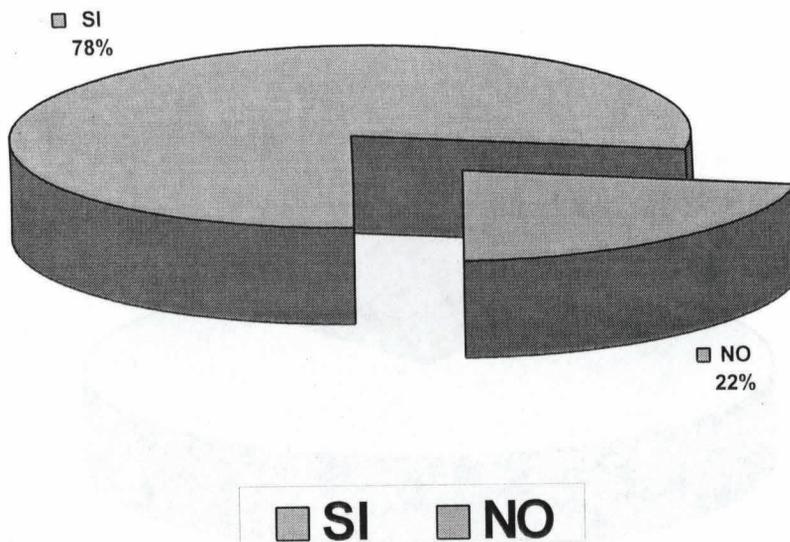
EDADES	
MINIMO =	18
MAXIMO =	42
MEDIA =	21
MODA =	21
X =	21,2985
DESV. EST. =	2,78576

PARAMETROS DE EDADES		
EDADES	CANTIDAD	%
18	19	9,5
19	34	17
20	34	17
21	35	17,5
22	21	10,5
23	30	15
24	15	7,5
25	5	2,5
26	1	0,5
27	3	1,5
28	1	0,5
30	1	0,5
34	1	0,5
42	1	0,5
	% =	100,5

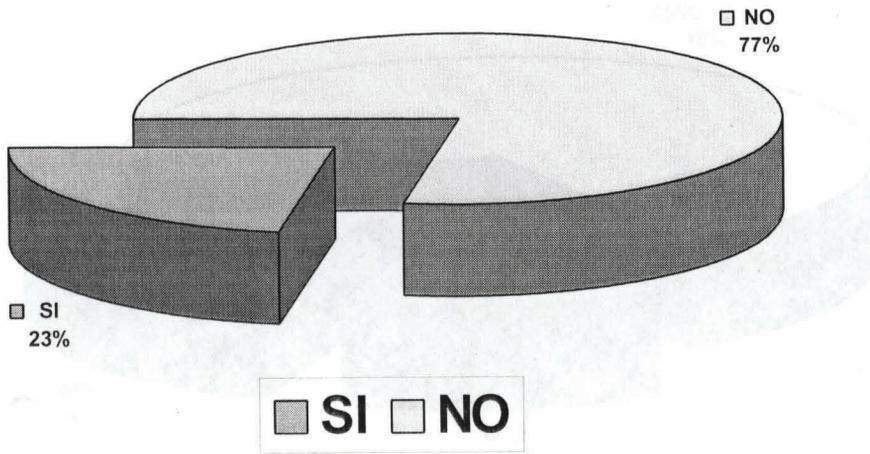
6.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Al analizar las respuestas de la encuesta aplicada a los estudiantes de la UMSNH, se arrojaron los siguientes resultados, presentaremos primeros las graficas de todas las preguntas y daremos para a la interpretación de los resultados:

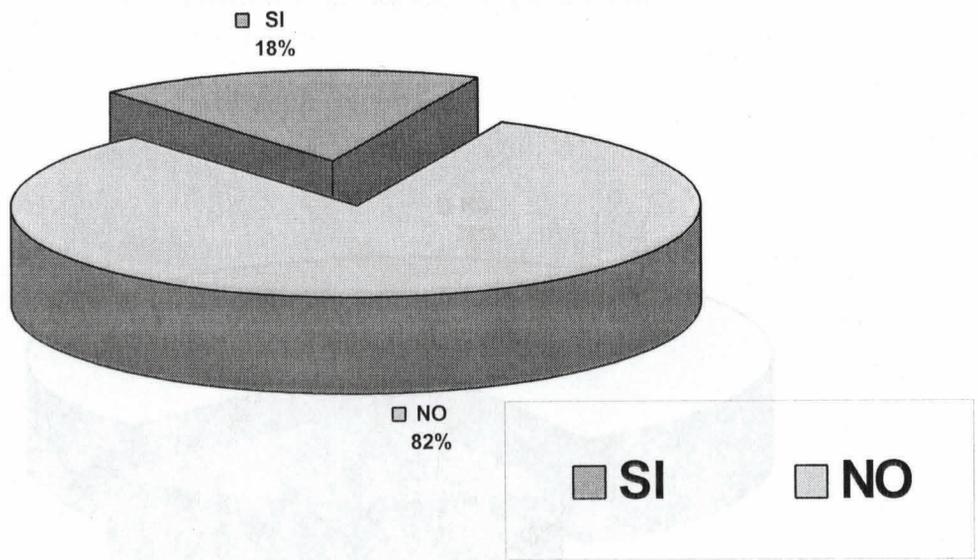
1.- ¿CONOCES LA ESTACION RADIO NICOLAITA?



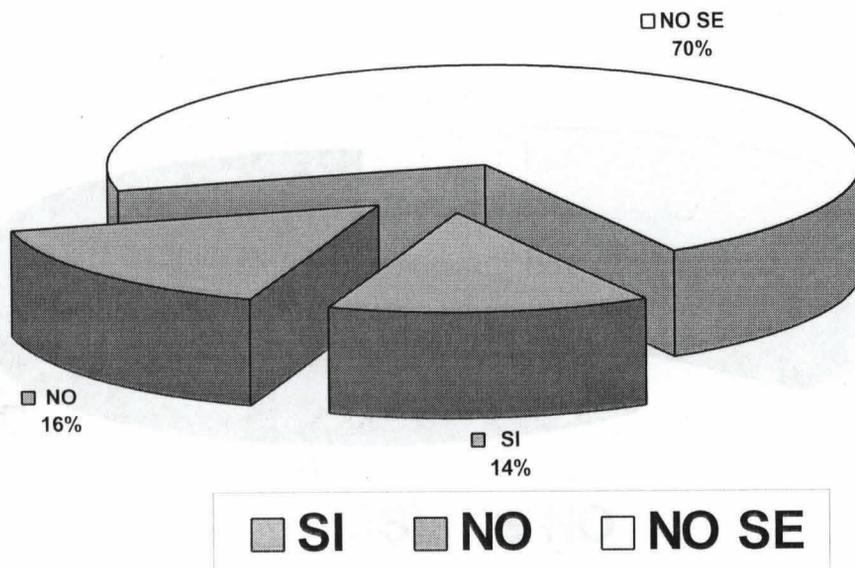
2.- ¿ESCUCHAS LA ESTACION?



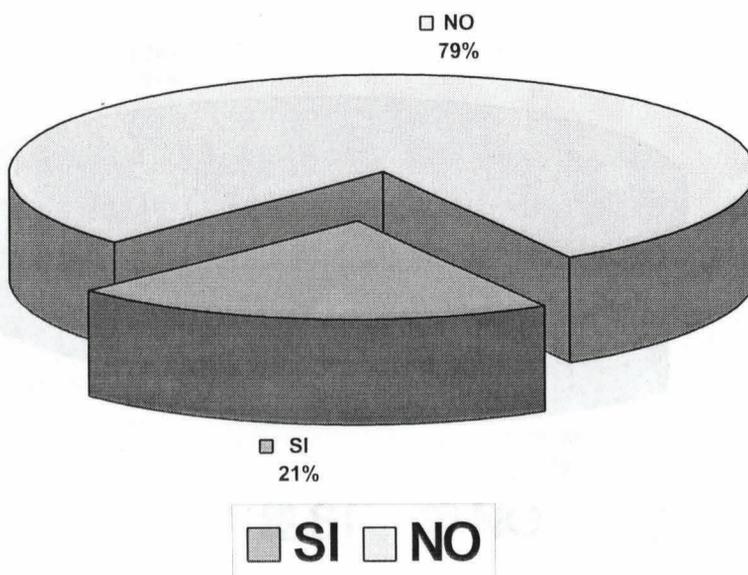
3.- ¿TE IDENTIFICAS CON LA ESTACION?



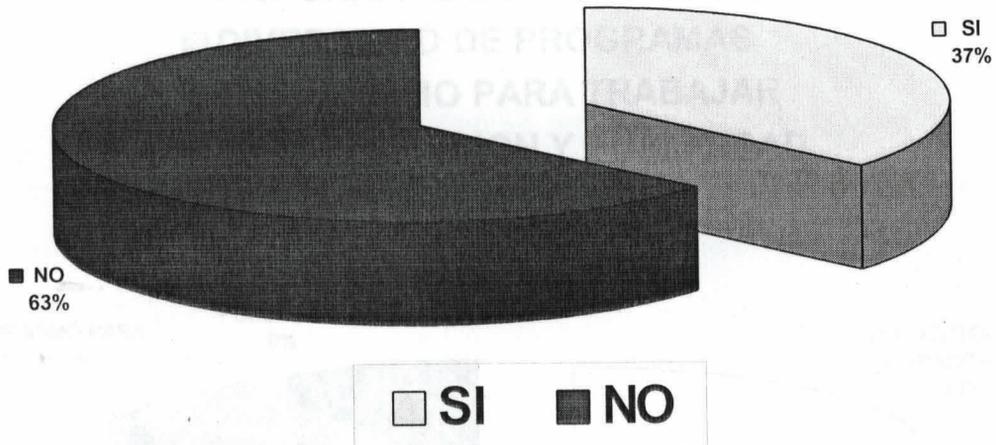
4.- ¿CREES QUE CUMPLA CON LAS FUNCIONES QUE DEBERIA?



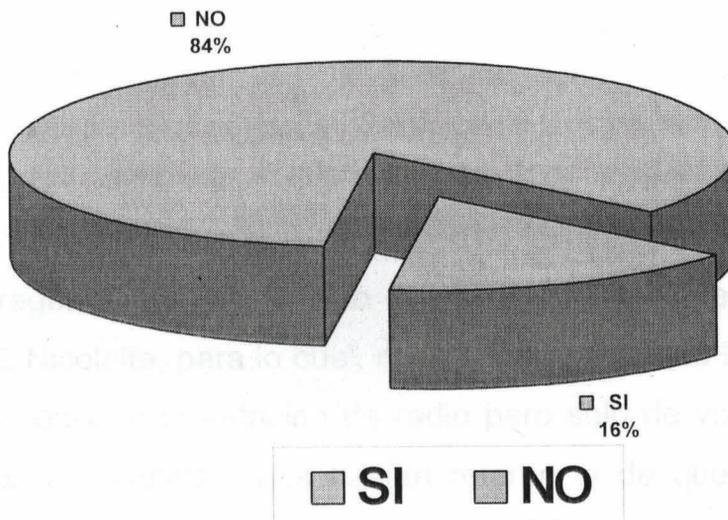
5.- ¿TE GUSTA LA PROGRAMACION DE LA ESTACION?



6.- ¿CONSIDERAS QUE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN DENTRO DE LA ESTACION TIENEN EL PROFESIONALISMO PARA TRABAJAR EN ELLA?

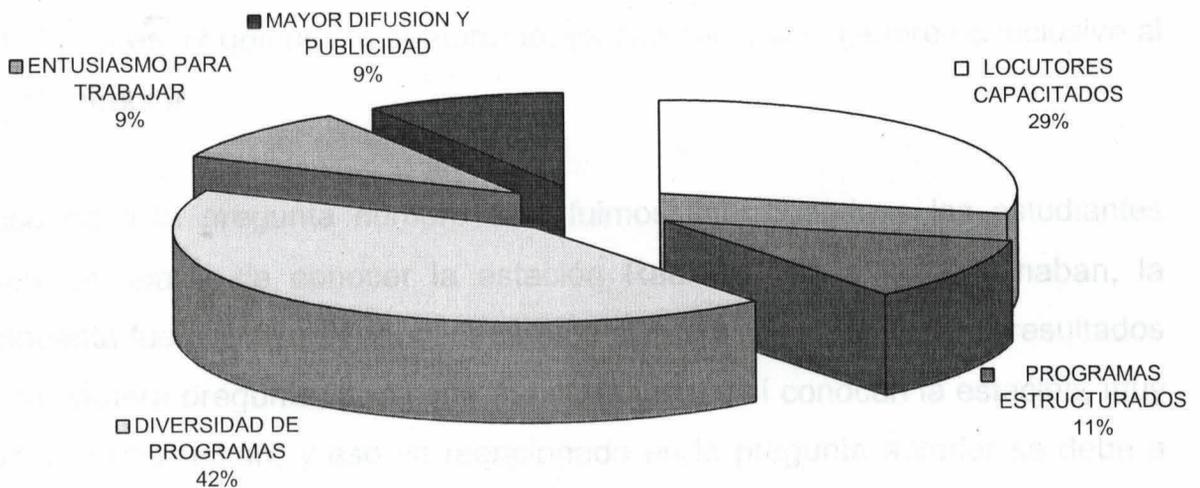


7.- ¿CREES QUE ESTA BIEN LOGRADA LA PROMOCION DE LA PROPIA ESTACION DENTRO DE LA UNIVERSIDAD?



8.- ¿PARA TU FORMA DE VER, ¿QUE LE HACE FALTA A LA ESTACION?

- LOCUTORES CAPACITADOS
- PROGRAMAS ESTRUCTURADOS
- DIVERSIDAD DE PROGRAMAS
- ENTUSIASMO PARA TRABAJAR
- MAYOR DIFUSION Y PUBLICIDAD



La primera pregunta que se le hizo a los estudiantes fue, si conocían la estación Radio Nicolaita, para lo cual, nos dimos cuenta que la mayoría de los estudiantes sí conocen la estación de radio pero sólo de vista, pues la gran mayoría de los encuestados nos hacían referencia de que al pasar por la escuela se encontraban con las instalaciones de la estación, y en este aspecto y tomando en cuenta que solamente los alumnos que pasan por el lado este

de ciudad universitaria pueden verla, así lamentablemente las personas de otras facultades de la ciudad que se encuentran fuera de Ciudad Universitaria pues ni siquiera saben como son las instalaciones de la radiodifusora por fuera; volviendo a C.U. nos podemos dar cuenta que si no es tú paso cotidiano la parte mencionada no la puedes observar, aunque refiriéndonos a lo que se preguntó concretamente pues fue favorable que una gran cantidad de alumnos conocen la estación; aunque con un gran inconveniente. Sin embargo, muy pocos estudiantes de los que conocen la estación de radio, refiriéndonos a todos aquellos que alguna vez han participado dentro de la estación, probablemente con un programa, no llegan a conocer bien, ni sus instalaciones, ni quienes lo conforman, ya sea como trabajadores o inclusive al propio director.

Pasando a la pregunta número dos, fuimos interrogando a los estudiantes sobre si aparte de conocer la estación Radio Nicolaita la escuchaban, la respuesta fue prácticamente contrastante si la comparamos con los resultados de la primera pregunta, dado que aunque muchos sí conocen la estación, muy pocos la escuchan; y eso ya mencionado en la pregunta anterior se debe a que solamente la han visto por afuera. Consultando la razón del porqué sí o no escuchan la estación, los resultados fueron los siguientes, en este apartado nos evocaremos a lo que concretamente la mayoría dijo en su encuesta:

Los que si escuchan la estación dijeron:

- Programan buena música
- Cuentan con locutores expertos
- Los temas que tratan en la estación son buenos
- Se difunden programas de cultura

Los que no escuchan la estación comentaron:

- No tienen tiempo

- Desconocen la sintonización de la estación
- Falta de interés
- No escuchan la radio
- Falta a la estación una buena programación

En conclusión, es importante dar mucha mayor promoción y publicidad interna a la estación Radio Nicolaita y fomentar el interés a los estudiantes de la U.M.S.N.H. aquí podemos observar con claridad que hace falta una gran mejoría en su publicidad interna y externa, que deben de poner atención a un gran síntoma de desinterés generalizado.

Pues es lamentable darse cuenta que la estación no tiene la importancia que debería tener considerando que pertenece a la misma Universidad, que también desgraciadamente el alumnado no le toma el interés que debería tenerle a la estación de su Universidad, pues por porcentaje serian muy pocas las personas que la escuchan y que no es una costumbre escucharla para ellos, ya que podría servirles de muchas cosas más.

Continuando con la encuesta, al revisar los resultados de la tercera pregunta sobre si se identifican con la estación los alumnos, pudimos observar que un 18% de los estudiantes encuestados sí se identifican con ella, esto es muy doloso ya que solamente como lo señala la encuesta un número muy bajo de estudiantes pueda sentir una cierta identificación, y que dolosamente al igual que las anteriores preguntas, la tendencia a no identificarse con la estación es mucho mayor que los que sí están o se sienten identificados con la misma. En una pregunta tan sencilla como esta, podemos ver que la estación no esta llegando a su público meta, y que más angustioso es que no lo tiene cautivo y lo pierde constantemente, pensamos que la barra programática no es la mas adecuada para la matricula estudiantil o las horas en las que se encuentran programados los espacios no son escuchados y no hay un proceso de

identificación, pues este viene desde la programación, la forma de hacer radio, conjuntamente con el equipo de trabajo, y si no se encuentra bien hecha estamos matando al público meta sin que este lo sepa; necesitan poner atención a este pregunta pues si la radio no la sienten como suya, esta perdiendo su función dentro del mercado.

Siguiendo con la cuarta pregunta de si la estación cumple con las funciones que debe de cumplir, usamos tres opciones para conseguir una respuesta más específica donde la encuesta nos ubicó en un 70% de que los estudiantes no saben si cumplen con las funciones como resultado de desconocer la sintonización de la estación, comentario hecho por los propios encuestados, donde nos volvemos a encontrar con una respuesta bastante perturbante, pues el público meta no sabe si las cosas las haces bien o mal por que no solamente no te conocen, si no que ni tu sintonía saben, no se pretendía una respuesta técnica con este reactivo, si no solo un punto de vista de un elemento básico en un proceso de comunicación como lo es los estudiantes (receptores), pero es grave ver que la mayoría no sabe ni donde localizarte en el cuadrante, aquellos que negaron el si lo cumplían o no, fue público que algún tiempo se intereso por la radio y luego la olvido por que nunca había programación y solo tocaban música aburrida.

Esto se menciona como parte de comentario de los encuestados; aquellos que afirmaron que cumplía con las funciones son el poco público cautivo que tienen solo por algunos momentos, y después que termina el programa que les interesa se van, y que este se da por conocidos y amigos que tienen en ese momento colaborando dentro de la estación con algún programa a cápsula, *por tanto escuchan los programas, ya que los mencionados trabajan en algunos de estos.*

Las dos preguntas posteriores relacionadas a si les gusta la programación de la estación y también si las personas que trabajan en ella tienen el profesionalismo para desempeñarse satisfactoriamente en su entorno laboral, los resultados fueron nada satisfactorios para nosotros, en su mayoría ni les gusta la programación de la estación, y esto lo hacemos notar por que opinan que solamente dicen incoherencias en un micrófono y no dan algo interesante que escuchar hacia el publico, pues comentan que les dan cabida y permiten que algunos de los compañeros hagan programas sin contenido; también que los locutores no tienen o consideran que les hace falta el profesionalismo y una previa preparación para poder estar ahí.

Podemos ver que la reacción no es favorable tampoco en esta pregunta y vemos que como la estación tiene que lidiar con sindicatos de trabajadores, pues nunca pueden elegir a las personas aptas para el trabajo a desempeñar, sabiendo que las personas que lleguen no son las mas adecuadas lamentablemente siendo un departamento más en una gran infraestructura tiene que acatar lo mandado. Por otro lado, una minoría menciona que como no saben nada referente a la estación, no tienen nada que decir al respecto, pues le da igual si la estación esta trabajando como debería o no. Comentaron que era lo mismo si tenían trasmisión de programas al fin nadie los escuchaba.

Es por demás mencionar los resultados de la séptima pregunta en donde no fueron nada alentadores, con un 84% de menciones en que la estación no está bien publicitada, causando un total desconocimiento de la misma dentro de la universidad. Que a estas alturas ya no se nos hace extraño encontrarnos con esta respuesta pues en realidad no se encuentran dentro de la institución ninguna propaganda referente a la estación radial, no existen volantes, carteles, trípticos, o simples anuncios que permitan una visualización de su sintonía o su barra programática, mucho menos alguna campaña que se este realizando, y está por demás decir que a las autoridades correspondientes no

les interesa autorizar una promoción interna permanente, pues genera gastos no previstos para el presupuesto. Aunque sí nos parece oportuno señalar que nos llamo mucho la atención el porcentaje que dijo que sí estaba bien la publicidad, si como ya lo mencionamos no se encuentra promoción visual en ninguno de los edificios ni periódicos murales, solo pudiera darse por boca a boca, y que podemos concluir que solamente algunos de los amigos de los colaboradores y trabajadores escuchan parte de la programación.

Para terminar con el análisis de los resultados de la encuesta, nos topamos con una diversidad de opiniones en cuanto a qué le hace falta a la estación Radio Nicolaita; está claro que los estudiantes expresan la carencia de diversidad de programas para ellos, programas con los que se identifiquen, que les interesen, que sean entretenidos, y puedan darse su tiempo de escucharlos, podemos ver la clara intención de que les parece bueno que tengan una radiodifusora pero necesitan que les llamen la atención para quedarse con ella, siguiendo con la necesidad de que es bastante prudente un personal más capacitado que tenga conocimiento del trabajo que desarrolla dentro de ella, aunado con una mejora respecto a los programas estructurados, donde también podemos observar que no todos los trabajadores de la estación están capacitados y aptos para trabajar ahí.

Así mismo, tenemos que reconocer que si los trabajadores no se encuentran en circunstancias correctas para laborar no pueden hacer o crear una barra programática adecuada para poder darle cabida a toda la gama de estudiantes que se encuentran en la universidad, también vemos que el entusiasmo para trabajar dentro de la estación es importante pues comentaban que a veces son un poco mal tratados por las personas que preparan el equipo para cuando alguien va a hacer un programa, que también esto se convierte en un obstáculo, pues la estación es para el que hacer estudiantil y no para los empleados, observamos una grave la situación de que por culpa de algunos la

concepción de los estudiantes a cerca de la gente que trabaja dentro de la estación sea mala, y por ultimo, y sobre todo, recalcando mucho la importancia de difundir y promocionar la estación de radio dentro de las instituciones, pues volveríamos a lo mencionado; si no te conocen como van a poder opinar aunque sea de tu trabajo, vemos muy importante este ultimo punto pues consideramos que es base fundamental para un buen cambio dentro de radio Nicolaita, en beneficio de un publico heterogéneo.

Está claro que la encuesta tiene una tendencia desfavorable respecto a la imagen que tienen los estudiantes de la estación Radio Nicolaita, es difícil para nosotros creer que todos los alumnos que componen la Institución, o sí una gran mayoría de ellos, sólo conozcan la estación por su infraestructura, y no por lo importante que es una estación de esta índole, si no por lo que debería representar dentro de la U.M.S.N.H. Es necesario realizar cambios en beneficio de la estación y de la comunidad estudiantil que la conforma, debido a que Radio Nicolaita se formó para los estudiantes con el fin de tener un nivel de cultura más aceptable y competitivo en todos los aspectos. Debemos concientizar a los estudiantes de que la radio es una herramienta poderosa y que si se le da el uso adecuado podremos mejorar su vida diaria en cualquier ámbito social.

CAPÍTULO VI

ANALISIS DE LA PROGRAMACIÓN

CAPÍTULO VI.

ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN

Analizaremos en este apartado cómo están conformadas las estructuras de tres programas diferentes que se realizan y salen al aire día a día en la estación Radio Nicolaita, observaremos la ficha que se hace desde sus comienzos, la idea original que se tiene de cada uno de ellos, sus objetivos descritos, y como son estos proyectos radiofónicos que hasta ahora se han venido desarrollando. Todo esto con el fin tener un control y conocimiento sobre lo que se ha estado desarrollando alrededor de la radio, y ver solamente algunos programas que pueden ser perjudiciales para la estación, se analizarán y daremos una opinión de lo que creemos que sea lo más conveniente en pro de la estación, claro que apegándose a los objetivos marcados.

Queremos hacer mención de que vio toda la barra programática, y se encontraba muy similar a lo presentado en estos tres programas, se escogieron por la circunstancia de que no veíamos caso concreto presentar todos y cada uno de los programas ya que su similitud entre ellos es muy grande, por consiguiente lo concluido se podría aplicar a la gran parte de la barra programática con la excepción de algunos programas nuevos.

6.1 ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO NICOLAITA (TRES PROGRAMAS).

PROGRAMA 1

FICHA INFORMATIVA DEL PROGRAMA

“ DECIBEL ”

LIC. LUIS RAYMUNDO HERRERA ESPINO

DIRECTOR DE RADIO NICOLAITA.

1.- ANTECEDENTES Y ESTRUCTURA: ESTE PROGRAMA INICIA SUS TRANSMISIONES EN EL AÑO DE 1989, LA IDEA ORIGINAL DE ESTE PROGRAMAMA FUE DE MANUEL ESPINOZA AYALA, QUIEN LO CONDUJO DURANTE 3 AÑOS, CON UN HORARIO DE 1/2 HORA LOS DIAS LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES.

2._ OBJETIVOS: DIFUNDIR LA CULTURA ALTERNATIVA CUBRIENDO UNA NECESIDAD DE REIVINDICACION, DE INFORMACIÓN Y AFIRMACIÓN DE EL AUDITORIO PREFERENTEMENTE SOBRE LA CULTURA DE LOS JÓVENES.

3._ TITULAR DE LA CONDUCCIÓN: ACTUALMENTE SE ENCUENTRA, COMO TITULAR JUAN CARLOS TREJO.

4._ PROYECTO RADIOFÓNICO: DIFUNDIR EL ROCK PROGRESIVO, GENEROS VARIADOS, CONTEMPORÁNEOS NO COMERCIALES DE CUALQUIER PARTE DEL MUNDO.

5._ SITUACIÓN ACTUAL DEL PROGRAMA:

A) DISCIPLINA: MUESTRAS DE INDISCIPLINA TANTO DEL TITULAR COMO DE SUS INVITADOS, RUIDO EXCESIVO EN CABINA.

B) REGULARIDAD: EN ESTE PERIODO REGISTRO UNA INASISTENCIA EL DIA 8 DE ABRIL.

C) PUNTUALIDAD: EN ESTE PERIODO MARZO/ABRIL NO REGISTRO RETARDOS

D) IMPACTO RADIOFÓNICO VIA TELEFÓNICO: RECIBIO 4 EL 01 DE MARZO, 7 EL 4 DE MARZO, 2 EL 5 DE MARZO, 3 EL 8 DE MARZO, 4 EL 12 MARZO, 1 EL 22 MARZO, 3 EL 23 MARZO, 3 EL 24 DE MARZO, 2 EL 26 DE MARZO, 1 EL 29 DE MARZO. 5 01 ABRIL, 5 2 ABRIL, 1 EL 6 ABRIL, 7 EL 7 DE ABRIL, 2 EL 9 DE ABRIL, 8 EL 12 DE ABRIL, 14 EL 13 ABRIL, 4 EL 14 ABRIL, 9 EL 15 DE ABRIL, 5 EL 22 ABRIL, 8 EL 23 ABRIL, 1 EL 26 DE ABRIL, 5 EL 27 DE ABRIL, 10 EL 28 ABRIL.

E) OBSERVACIONES GENERALES: NINGUNA

CONCLUSIÓN

Al investigar, reunir y analizar la información necesaria para evaluar la situación actual del programa "decibel", fue posible determinar que la aceptación del mismo es buena dentro de un sector de población estudiantil y del público en general, apegándose a los gustos de las diversas variedades de música rock que los estudiantes tienen, dando como resultado, una interacción positiva entre la radio y los radioescuchas, aunque cabe destacar que se trata de un programa que está dirigido a un sector de la población que solo son simpatizantes con este tipo de música; no hay una crítica fuerte pero también hacemos hincapié en que se encuentra con un horario prime time para radio, tal vez si lo moviéramos provocaríamos alguna baja en la aceptación del mismo, sería interesante ver como se racionaría si se cambiara de horario, por

lo general podemos recomendar este tipo de programas ya en horas despejadas de trabajo para una mayor audiencia como por ejemplo un horario nocturno sería razonable para el mismo.

Esto lo podemos observar al tomar como parámetro las llamadas que recibe el programa y que permite aun su vigencia después de varios años iniciada su transmisión, donde también cabe destacar que la duración de esta programa ha sido mucha sin ninguna reestructuración, sin dejar de tomar en cuenta el horario que tiene.

PROGRAMA 2

FICHA INFORMATIVA DEL PROGRAMA

“CLÁSICOS DEL ROCK ”

LIC. LUIS RAYMUNDO HERRERA ESPINO

DIRECTOR DE RADIO NICOLAITA.

1.- ANTECEDENTES Y ESTRUCTURA:

ESTE PROGRAMA INICIA EN EL AÑO DE 1986 BAJO LA PRODUCCION Y CONDUCCION DE EL LIC: SALVADOR MUNGUIA GONZALEZ

2.-OBJETIVOS:

DIFUNDIR TODO EL GÉNERO DEL ROCK DESDE SUS INICIOS HASTA LA ACTUALIDAD

3.-TITULAR DE LA CONDUCCIÓN:

SALVADOR MUNGUÍA SALCEDO

4.- PROYECTO RADIOFÓNICO:

NO PRESENTARON PROYECTO RADIOFÓNICO

5.- SITUACIÓN ACTUAL DEL PROGRAMA:

A) DISCIPLINA: NO HAY MUESTRAS DE INDISCIPLINA POR PARTE DE EL CONDUCTOR COMO DE SUS INVITADOS

B) REGULARIDAD: ES CONSTANTE Y NO REGISTRA INASISTENCIAS EN ESTE PERIODO

C) PUNTUALIDAD: REGISTRAN 2 RETARDOS DE 3 MINUTOS LOS DIAS 6/MARZO/04 Y 13 DE MARZO/04.

D) IMPACTO RADIOFÓNICO VIA TELEFÓNICA: RECIBIO 4 LLAMADAS EL DIA 3 DE ABRIL Y 4 EL 17 ABRIL/04.

E) OBSERVACIONES GENERALES: NINGUNO.

CONCLUSIÓN

En la radio no se pueden permitir retardos ya que el auditorio no tiene la culpa de ello, por otra parte nos llamo la atención este programa, ya que difunden lo

mismo que el pasado programa ya presentado en este documento, y sin embargo tiene un auditorio bastante bajo a comparación del anterior, no se encontraron documentos que avalaran el proyecto radiofónico, y que al no contar con éste lo podemos entender como falta de organización dentro del mismo, como puede ser posible que tengan algunos proyectos o programas al aire sin tener un documento del mismo; es necesario reestructurar los objetivos a los que se pretenden alcanzar para justificar su espacio utilizado en la radio y no caer en lo cotidiano ya que se menciona que tiene casi veinte años al aire; como queremos dar una sensación de frescura hacia nuestro público meta si no tenemos programación joven, actual, dinámica, y lamentablemente el conductor también se encuentra con la mentalidad de hace algunos años atrás para realizar radio, entendemos que no se tienen quejas del programa y podemos deducir por que este ya no es escuchado, y se tiene que ver esta situación con carácter de urgencia para reestructurarlo o cambiarlo.

Aquí es donde podemos observar que el atraso en el cumplimiento de los objetivos radiofónicos es grande y no llegan a cumplirse, si no se hace algo no podrán sacar la monotonía de la transmisión y seguirán pensando que están en lo correcto.

PROGRAMA 3

FICHA INFORMATIVA DEL PROGRAMA

“ CANTAUTORES ESPAÑOLES ”

LIC. LUIS RAYMUNDO HERRERA ESPINO

DIRECTOR DE RADIO NICOLAITA.

1.- ANTECEDENTES Y ESTRUCTURA: ESTE PROGRAMA INICIÓ EN 1993, CON EL NOMBRE DE "OCUPEN SU LOCALIDAD", BAJO LA PRODUCCION Y CONDUCCION DE ENRIQUE CERAS CAMPOS Y JAIME BUENAVENTURA MURILLO FERNANDEZ, ACTUALMENTE RECIBE EL NOMBRE DE "CANTAUTORES ESPAÑOLES".

2.-OBJETIVOS: DAR A CONOCER LA MUSICA DE LOS CANTAUTORES ESPAÑOLES QUE CUESTIONABAN LA DICTADURA DEL PRESIDENTE FRANCISCO FRANCO.

3.-TITULAR DE LA CONDUCCIÓN: JAIME BUENAVENTURA MURILLO FERNANDEZ Y JOSE LUIS AGUILERA ORTIZ.

4.- PROYECTO RADIOFÓNICO: NO SE ENCONTRÓ EN EL ARCHIVO.

5.- SITUACIÓN ACTUAL DEL PROGRAMA:

F) DISCIPLINA: ACEPTABLE, NO HAY REGISTROS DE INDISCIPLINA.

G) REGULARIDAD: REGISTRA VARIAS INASISTENCIAS.

H) PUNTUALIDAD: DURANTE ESTE PERIODO MARZO / ABRIL REGISTRARON VARIOS RETARDOS.

I) IMPACTO RADIOFÓNICO VIA TELEFÓNICA: RECIBIO 6 LLAMADAS EL DIA 8 DE MARZO, 2 EL 24 DE MARZO, 1 EL 29 DE MARZO, 2 EL 12 ABRIL, 2 EL 19 ABRIL, 2 EL 23 ABRIL.

J) OBSERVACIONES GENERALES: NINGUNO.

CONCLUSIÓN

Consideramos que este programa no va enfocado a la comunidad estudiantil, ni a un publico en general; es preciso un cambio total en la forma como se lleva a cabo el desarrollo del mismo y que no favorece al crecimiento de la estación, ya que se pretende que tomen conciencia de otra cultura que no es la nuestra aunque no descartamos la idea de tener una variedad radiofónica, parece que se olvidó de la variedad tan rica de cultura general que pueden ofrecer, creemos que la comunidad estudiantil no está nada interesada en un tipo de programas así, este tipo de programas son los que hacen que el publico se aleje, no decimos que no son culturales pero su vigencia ya está pasando y sin embargo no se dan cuenta que ahora en vez de ayudar a generar toda una cultura la están perjudicando, ya no es suficiente la manera que tienen de hacer radio, tomamos en cuenta que este programa no registra ninguna anomalía en cuanto a desorden y su nivel de audiencia es muy pobre para continuar al aire.

De esta forma se puede apreciar que los estudiantes no les interesa lo referente a radio Nicolaita, porque en la mayoría de los programas transmitidos así como podemos apreciar este, no se les promueve el interés a ellos, no les dan la pauta para un interés integral en la radio que se hace dentro de sus facultades, y que hasta la fecha, no existen propuestas claras

que contemplen las necesidades de los radio escuchas, o una reestructuración bien planteada de sus programas pensando en ellos, en su público meta.

Al finalizar con la investigación en base a estos programas que se transmiten en Radio Nicolaita, fue posible observar que la mayoría de los programas tienen un objetivo bien planteado, pero mal enfocado, que no se lleva a cabo su desarrollo de forma aceptable, basándonos en que el proyecto radiofónico de la estación debe ir enfocado a los estudiantes de la U.M.S.N.H. y todo lo que a ella se refiera, no es malo por completo pues se debe comprender que también tiene un público heterogéneo por algunas diferencias culturales y sociales. La mayoría de los locutores cumplen con sus deberes pero el problema es que deben estar más especializados en los quehaceres estudiantiles; necesitan tocar temas que sean de suma importancia para todos los que forman parte de la Universidad, y lamentablemente vemos que se encuentran lejos de elevar un nivel de aceptación entre los estudiantes, pues además, algunos programas han pasado a ser completamente obsoletos, para la estación, y necesitan ser eliminados o reestructurados, solo basta observar la cantidad de tiempo que tienen al aire, para darse cuenta que ya no sirven ese tipo de programas.

Necesitan poner todo de su parte para poder transmitir cosas de calidad de contenido, necesitan hacer un cambio total para toda una programación y ver de qué manera van a poder llamar la atención de ese público que tienen a su disposición, solo basta indicarles como hacerlo.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIÓN Y PROPUESTA

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y PROPUESTA

7.1 CONCLUSIONES:

Creemos que todo el trabajo anterior, fue de mucha ayuda para poder observar y conocer como es que se encuentra la problemática de una estación cultural universitaria, como lo es Radio Nicolaita. A lo largo de la investigación consideramos que fuimos aclarando nuestros objetivos primordialmente y podemos concluir que de los tres objetivos planteados en la investigación, los tres fueron asertivos, la estación pasa por una crisis muy grande, se tienen un sin fin de problemas tanto al interior de la radiodifusora como al exterior de la misma, como ya se ha planteado en los capítulos anteriores y detalladamente recordaremos de forma sintetizada los objetivos y sus resultados.

1.- Se descubrió que la estación no tiene el personal capacitado ni la programación adecuada, por falta de preparación adecuada para la realización de ese trabajo, ya que dependen de rectoría, esta no autoriza capacitaciones constantes ni prelaiones para cursar algún estudio relacionado con la comunicación, como sucede en otros estados.

2.- Se observo que la programación que se presenta semanalmente es obsoleta para la audiencia meta por su antigua duración en el aire, y que mucho menos existen programas específicos para carreras, que siguen dándole cabida a programas sin contenido fresco.

3.- Se contemplo que la manera en la que están realizando radio, no es buena ya que no se dan a conocer, y nadie sabe de que trata lo que hacen específicamente con la programación, para poder llamarles la atención como

receptores, donde la comunidad estudiantil y el público en general pide una mejor publicidad para poder tener y alimentar un sentido de pertenencia.

Así pues, nuestros objetivos quedaron cubiertos gracias a la investigación realizada; nuestra hipótesis contemplamos que es cierta.

Queremos puntualizar y recalcar como comentarios de una conclusión, que se intentó entrevistar al responsable de la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria para cuestionar sobre el presupuesto asignado a la radiodifusora, y se nos informó que por razones de trabajo no podía darnos una entrevista ningún día de la semana o mes que quisiéramos; también que se quiso obtener al transcurso de la investigación información de quienes designaban los trabajadores que iban a las diferentes dependencias de la U.M.S.N.H. con una gran negativa nos recibieron y sin derecho de entrevistas; por tanto es información confidencial del manejo del personal sindicalizado.

Ya que como también pudimos ver en el transcurso de la investigación radio Nicolaita es una pieza en un gran organismo, como lo es la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, organismo que por muchos años ha bloqueado un subsidio necesario para una parte importante dentro de la cultura, consideramos que es muy difícil cambiar la perspectiva de los altos directivos de la U.M.S.N.H. pues pueden llegar a considerar que lejos de ser una gran parte de la infraestructura, y una pieza clave en la cultura y educación superior, es una fuga de presupuesto anual.

Tienen que concientizarse que la estación vale mucho más que una pequeña fracción de un presupuesto anual, que es una base para la cultura popular michoacana donde ofrece más que solo música y programas sin contenido.

Podemos así de esta forma reiterar que la hipótesis de nuestra tesis fue comprobada y que como se menciona en un principio sirva como base para

una nueva investigación, pero que en esta presente investigación ya pusimos nuestro pequeño granito de arena para una mejoría de todos los michoacanos.

7.2 PROPUESTA:

Queremos agregar, y ante todo lo demás visto en este trabajo de investigación, tenemos que llegar a un acuerdo de lo que nosotros pretendemos que podría llegar a ser bueno para Radio Nicolaita como una institución que debería estar a la vanguardia de todo lo que se necesitará en cuanto a cultura y quehaceres educativos dentro de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Creemos muy importante el desarrollo de una estación radiofónica tan significativa dentro del Estado, el objeto de esto es la divulgación de la cultura y la ciencia, que deberían de tratar de hacerla de formas distintas cada día para poder romper los miedos de difundirlas de muchas maneras para acercarse a una sociedad a la que no le interesa una idea cultural.

Vemos con claridad que no solamente falta un complemento en procesos de comunicación, si no que se necesita crear una idea diferente de lo que se pretende mostrar a la comunidad, no es una tarea sencilla e hecho de educar, y menos desde un medio de comunicación masiva, no solo por lo presentado en esta investigación, pues consideramos que la parte mas complicada es hacer entender que no es tan complejo motivar, y hacer un cambio para bien de todos, con climas laborales adecuados, y personas que se identifiquen con ello, realizar un cambio que sea una herencia de muchos años, no solamente por que ahora eres el director, o un trabajador, entender que es un medio masivo de comunicación muy noble que perdurara hasta que las sociedades tan cambiantes de nuestros tiempos lo decidan.

Luego entonces, nos permitimos proponer algunas cosas que servirían a corto y largo plazo dentro de la radio para beneficio de todo su público, y de las personas que ahora y más adelante trabajen para este medio.

Creemos que lo mas importante dentro de lo que es Radio Nicolaita, y una de las propuestas mas grandes seria hacer una reestructuración interna de carácter urgente, se propone que no se dejen ya pasar por alto los empleados que no se presentan a trabajar, y que tengan retardos continuos; también a los colaboradores como lo son los alumnos invitados, que de igual manera no vayan a su programa cumplan con alguna sanción monetaria no muy inaccesible, pero algo significativo para una causa interna, y en pro de cumplir un reglamento al que todos deben estar apegados sin excepción.

Sabemos que la reestructuración no seria fácil; no podemos hacer cambios internos o solicitarlos a la rectoría, pues teniendo en consideración que no son empleados de confianza no se pueden despedir de manera inmediata. Así pues, con una sanción monetaria se podría orillar a los empleados a cumplir con los horarios en los que están comprometidos y ya establecidos.

Y aquellos que no son del personal como ya los mencionados colaboradores, se les puede hacer comprometerse con el proyecto con alguna entrevista de conciencia del ejercicio laboral para que entienda que también es un trabajo serio el que se hace dentro de una radiodifusora como lo es Radio Nicolaita y no solo un juego sin compromiso, que sepan que las personas que laboran dentro de este tipo de organismos tienen una responsabilidad muy grande al generar toda la información para su audiencia, y aprendan a valorarlos por su capacidad de empeño laboral.

Con esta acción podrían a la vez obligar a la gente que vaya a trabajar y que cumpla con su horario establecido, y los que les toque pagar las sanciones puedan ver que su dinero sirvió para algo benéfico hacia el interior de la radio, pues consideramos también que pueden tomarse todas las sanciones monetarias como algo que le sirve a la estación para tener dinero recaudado y poder resolver en su momento alguna contingencia, como algunas compras de improvisado como audífonos, micrófonos, pintura, discos etc. .

Sabemos que la estación tiene algunas horas o minutos de programación que no se ocupan, que se pudieran ajustar a temas de interés para todos, como rutas de transporte, lugares para comer, y accesos a lugares de interés para sus diferentes carreras, cursos, exposiciones de cualquier tipo, y eventos en general, creemos que esta parte no es tampoco imposible ni difícil pues es solamente una orientación que les puede servir a muchos alumnos que se encuentran en la institución, mucha de la matrícula de la U.M.S.N.H. provienen de lugares circunvecinos a la capital, e inclusive de otros estados.

Como un afán de entender su situación del cambio de vida se les puede aconsejar lugares turísticos, y los ya mencionados, con el fin de que se sientan cómodos con lo que les ofrece la universidad; así mismo pensamos que con esta acción no se pierde la idea de inculcar cultura y deseo de aprender de una ciudad que también es patrimonio de la humanidad, claro que deben tomar en cuenta que el hecho de mencionar rutas de transporte así como lugares en específico podrían dañar el objetivo de la radio, pero se harían mención a lugares de referencia de dominio público y colores de rutas para no hacer publicidad de ningún tipo.

Se les propone que se empiecen a difundir campañas publicitarias dentro de la institución que permita a los alumnos tener acceso a la información de lo que sucede en la barra programática de la estación, que siempre y cuando sea de



su interés ya sea personal o escolar, queremos que se les hagan invitaciones a los directivos, e inclusive al rector de la universidad a participar dentro de la estación como parte de la locución y permitir sondeos de opinión para que puedan opinar acerca de su trabajo.

Así mismo como se les haría una invitación a los catedráticos de la universidad a participar en foros, o mesas de discusión, debates, etcétera, y que traten temas de interés para las diferentes carreras, invitándolos a todos para la elaboración de distintos programas; y teniendo en consideración, que también esta de su parte hacer que los alumnos tengan un motivo para conocer la estación y escucharla, así provocaríamos un interés general y particular en el caso de la población estudiantil de comenzar a sintonizar la programación.

Con esto pretendemos hacer que tanto los directivos como el alumnado se sientan parte de un proyecto generalizado, podríamos lograr una atención de los diferentes niveles jerárquicos de la universidad y contar con más apoyo en años venideros, pues verían la importancia de la cultura y la ciencia en otro nivel.

Proponemos que en este tiempo y en los siguientes años se tenga alguien de plena confianza del Director en este caso el Lic. Raymundo Herrera, para que sirva no solo como un vigilante de los procesos de comunicación, si no que su tarea sea lograr una unidad dentro de la institución, para que exista una armonía de grupo y se pueda trabajar con un clima laboral adecuado, y así, lograr evitar que no se vean como enemigos laborales, lograr que se vean como un equipo con un solo fin, sería algo funcional que no solo tenga que ser por parte del director la responsabilidad de llevar a cabo la organización de la radio, así también se les puede pedir que se creé una plaza no sindicalizada para un apoyo de subgerencia o subdirector subsidiada por la universidad, ya

que cuando no esta el director, tiende a ocasionarse ciertos conflictos laborales, se necesita que alguien vigile los intereses de la misma radio como medio de comunicación y no como parte de la política interna que se suscite, que vele por la unidad, y el desarrollo colectivo del organismo, con esto podemos eliminar toda la "grilla" como se le conoce coloquialmente, cuando el director tiene que salir de viaje y no puede tener todos los sentidos puestos dentro de la estación, por lo tanto tiene que ser alguien con facultades para poder tomar decisiones en ausencia del director.

Que todos los asuntos más importantes que tenga Radio Nicolaita como estación, tome un rango de jerarquías y les presente una propuesta a la Secretaria de Difusión y extensión Universitaria, y si fuera posible con el rector, para que así por orden de importancia que convenga a la propia estación, tomando muy en cuenta que es sabido por todos que las partidas presupuéstales se hacen anuales tienen que organizar un documento anual que les permita abordar por importancia las problemáticas internas, así las autoridades resolverán mas rápido y probablemente no sientan tanto la perdida de capital que desde hace mucho les niegan.

Se propone hacer juntas semanales dentro de las instalaciones de la radiodifusora con todos los trabajadores; para que se comunique todo lo que sucede al interior, así como logros y avances que se han tenido en la semana, así como su apreciación de la programación y sus posibles soluciones a esta y sus problemas, esto es de gran ayuda ya que se hace a todos participes de lo que sucede al interior, y con todo esto se va buscando crear un interés y formar cariño para su propia institución.

Radio Nicolaita es una estación que por la cantidad de tiempo que ha permanecido al aire y que gracias al subsidio de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, ha podido sobrevivir a tantos años de malos manejos,

y de descuidos, podemos proponer que se haga también una campaña de conciencia que pudiera llevar un slogan que permita a los alumnos identificarse con la estación y que estos puedan apoyar de alguna manera, ya sean colectas anuales o trabajos de caridad, donaciones, y formas de concienciar que esta radiodifusora también es parte de ellos, con una importancia muy grande para la ciudad; este tipo de acciones también servirían de dos formas, ya que se lograría que los alumnos se involucren más con la estación, la conozcan a fondo, y se interesen por otro lado en hacer una acción buena por la estación, y esta a su vez reciba un poco de soporte por parte del alumnado, y hacer gastos urgentes que sean visibles para el alumnado y vean que se trabajó gracias a sus cooperaciones.

También, proponemos que se hagan campañas para buscar gente que se comprometa a hacer programas de radio para sus propias carreras, ya que también estamos concientes que las personas que hacen las barras programáticas no son todólogos tenemos que buscar la forma de llegar a cada una de las carreras; y con propuestas del propio alumnado se pueden conseguir logros importantes dentro de las carreras para interés general, y a su vez se les de cabida a los alumnos que realmente se encuentren interesados en comprometerse; y que no descartamos la idea de que si encuentran un verdadero compromiso con su idea se eliminen las impuntualidades y no existan mas lagunas radiales.

Estamos concientes que las cosas no se pueden cambiar de un día para otro, ya que es un proceso muy lento y poco a poco, pero que con objetivos bien definidos y claros, pueden volver a levantar la estación para que pueda llegar a ser líder en las radios culturales Michoacanas; que así debería de ser, pues como pudimos observar en la investigación presente, no solo vale la pena luchar por un gran organismo, pues es un medio de comunicación que no solo

es importante en nuestra ciudad o estado, talvez pueda generar el día de mañana un gran compromiso social por la importancia de la cultura, las artes, y la ciencia.

Queremos ver el día de mañana ya no solo un organismo como objeto de estudio para investigaciones correctivas, pues seria muy comfortable que el día de mañana sea un organismo digno de presumirse y digno de investigaciones de niveles internacionales con vistas futuristas.

Después de todo lo visto, creemos que no solo somos uno mas en quejarnos y no hacer nada, pues queremos ser participes de un cambio favorable para una gran institución, y un gran medio de comunicación masiva dentro de nuestro estado... MICHOACAN.

SIR: UGRAL

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, Juan María. *El idioma vasco en el siglo XX*. Madrid: Castalia, 1980.

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN de Universidades e Instituto de Estudios Vascos.
"Preparación Nacional de Examen de la Cultura y las Ciencias"
PRINCIPIOS DE 1965

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

AGUIRRE, Juan María. *Historia del idioma vasco*. Madrid: Castalia, 1980.

BIBLIOGRAFÍA:

AGUIRRE, Gómez Adrián, "La industria de la Radio y Televisión de México"
1990.

ALFARO Rosa Maria, Rubén Téllez, Helena Pinilla, Gina Gogin
"Cultura de las Masas y la Cultura Popular en la radio Mexicana".

ARREOLA Cortes Raul, "Historia de la Universidad Michoacana"
Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo
Coordinación de la Investigación Científica
Morelia, 1984.

ASOCIACIÓN de Universidades e Instituto de Educación Superior.
"Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios"
Editado por ANUIES.

BEDOLLA Gutiérrez, Maria Teresa "La importancia del lenguaje en la
comunicación" IPN; AÑO 2000.

CURIEL, Fernando, "La Escritura Radiofónica, Manual para Guionistas"
1991.

DENIS, Mcquial, "Introducción a la teoría de la comunicación de masas"
3° edición revisada y ampliada.
Edit. Paidós comunicación.

Diccionario Encicopedico Quillet, Edit. Argentina Arístides Quillet, S.A.
Edición 1973. Tomo 7

FÁTIMA Fernández Christlieb "Los medios de difusión masiva en México"

Juan Pablos editor, S.A. 1982.

Septiembre edición 1989.

FLEUR, Melvin Teorías de la comunicación de masas, Paidós. Buenos Aires, 1970.

GUTIERREZ, Angel. Universidad Michoacana, Historia Breve, U.M.S.N.H., Morelia, Michoacán. 1997.

HERRERA Cornejo Arturo

"Historia de la Radiodifusión en Michoacán"

Edit. Paldom, S.A. de C.V.

Tomo I.

MICROSOFT Encarta 2000, todos los derechos reservados "RADIO".

NIGHTGALE, Virginia "El estudio de las audiencias"

El impacto de lo real.

Edit. Paidos comunicación.

Nueva Enciclopedia Temática Edit. Cumbre S.A, tomo 6 pag. 310.

SECRETARIA de difusión cultural y extensión universitaria junio 2001 "XXV aniversario".

PIRENNE, Jacques "Historia Universal"

Las Grandes Corrientes de la Historia.

Edit. Cumbre S.A., Tomos 4-9.

TOUSSAINT, Florence, "Crítica de la Información de Masas"
Edit. Trillas 1999.

UNIVERSIDAD Michoacana de San Nicolas de Hidalgo
"Obra Conmemorativa XXV Aniversario".
XESV Radio Nicolaita. Morelia, Michoacán, 2001.

INTERNET:

<http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/diarias/270198/iiiforo.html>

FECHA DE CONSULTA 10/09/03.

www.geocities.com/capitol_hill/9685/rlibre.html

FECHA DE CONSULTA 30/03/03.

www.etcetera.com.mx/rad46.asp

FECHA DE CONSULTA 30/03/03.

www.qsl.net/ti0rc/gobierno.htm

CONSULTA 24-MAYO 04.

www.iris.cnice.mecd.es/media/radio/bloque3/pag2.html

CONSULTA 24 MAYO 04.

www.uady.mx/sitios/radio/ariadna/articulos/radiocultural.html

FECHA DE CONSULTA 10 OCTUBRE 03.

www.radiocultural.com

FECHA DE CONSULTA 23-MAYO 04.

www.unav.es/cys/xv1/rrodero.htm

FECHA DE CONSULTA 22- MAYO 04.

www.agapea.com/GeNEROS-FICCIONALES-RADIOFoNICOS-COLECCIoN-...A-INFORMACIoN--m1245i.htm

FECHA DE CONSULTA 24- MAYO 04.

http://kane.uab.es/generes_radiofonics/materials/article_char.htm

FECHA DE CONSULTA 20-MAYO 04.

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02firving3.htm>

FECHA DE CONSULTA 23-MAYO 04.

www.radiomarconi.com/marconi/hertz.htm

FECHA DE CONSULTA 22 MAYO 04.

www.weblandia.com/radio/esca2-e.htm

FECHA DE CONSULTA 23 MAYO 04.

www.classicradiogallery.com

FECHA DE CONSULTA 23 MAYO 04.

<http://www.umich.mx/univ/univ-hist.html>

FECHA DE CONSULTA 23 MAYO 04.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_\(medio_de_comunicaci%F3n\)#Usos_de_la_r
adio](http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_(medio_de_comunicaci%F3n)#Usos_de_la_radio) FECHA DE CONSULTA 26 MAYO 04.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje Radiof%F3nico](http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje_Radiof%F3nico)

FECHA DE CONSULTA 26 MAYO 04.

<http://radiomexicana.tripod.com.mx/radioculturalyestatal/id1.html>

FECHA DE CONSULTA 10 JUNIO 04.

[http://www.imagina-web.net/nonoscallaran/otros documentos/isaamp. htm](http://www.imagina-web.net/nonoscallaran/otros_documentos/isaamp.htm)

FECHA DE CONSULTA 10 JUNIO 04.