

Dra. Marina VÁZQUEZ-GUERRERO

Universidad de Colima. México. marina.vazquez.g@gmail.com

Análisis comparativo de la radio universitaria en España y México mediante el estudio de caso múltiple

Comparative analysis of university radio stations in Spain and Mexico through a multiple case study

Fechas | Recepción: 15/10/2017 - Revisión: 26/11/2017 - Publicación final: 01/01/2018

Resumen

Este artículo tiene como finalidad hablar en detalle sobre el método que fue diseñado y aplicado para abordar el fenómeno de la radio universitaria y los jóvenes que participan en ella, desde la perspectiva de la comunicación en su vertiente educativa, a través de un análisis comparativo de seis emisoras de México y España. El estudio de caso múltiple o colectivo que incluyó diferentes técnicas en tres fases, realizadas en cuatro años de investigación, de un tema poco estudiado en la región iberoamericana, permitió conocer desde las características de la radio en ambos países: la historia y perfil de las elegidas, las dinámicas de la participación y formación de jóvenes en el medio hasta la determinación del grado de adquisición de competencias que se consiguen después de haber pasado un periodo de colaboración en ella. Encontramos resultados como la confirmación de que la radio universitaria es un medio idóneo para la formación integral de los estudiantes, pues en todos los casos se registró un nivel de aprendizaje, aún en aquellas radios que no tienen como objetivo ser una radio- escuela o contemplarlo en sus políticas institucionales.

Palabras clave

Comunicación; estudio de casos; jóvenes; radio universitaria

Abstract

This paper discusses the methodology used in a research project about the participation of young people in university radio stations, from a communicative and educational perspective, through the comparative analysis of six radio stations in Mexico and Spain. This is a collective case study that included qualitative and quantitative techniques in three phases, carried out during four years, about a topic not sufficiently studied in the Latin American context. The study showed that main characteristics of the university radio stations in both countries as well as its history and profile. In addition, it showed the training and participation dynamics of young students in the media to determine the level of competence acquisition achieved after spending a period collaborating in it. Results show that university radios are an ideal media for the integrative education of students, as in all cases a level of learning occurred, even in those cases where radio stations were not intended to be a radio schools or were contemplated in the institutional policies.

Keywords

Communication; case study; University radio, youth

1. Introducción

Al hablar de estudio de caso, estamos refiriéndonos a la aplicación de un grupo de técnicas no establecidas, pues varían según las características del objeto de estudio. Se define como una "investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto (...) en un contexto real" (Simons, 2009:42). El estudio de caso múltiple o colectivo se aborda a través de una unidad de análisis general y varias sub unidades (Martínez Carazo, 2006) que permite una visión global del fenómeno, pues se buscaba "estudiar la experiencia subjetiva, completa, de los individuos; hacer un análisis dinámico, procesual e intensivo (...), donde no existen categorías previas de respuesta" (Igartúa, 2006:74).

En la mayoría de experiencias registradas, el estudio de caso se aborda a través de la documentación, la entrevista, la observación/participación y objetos físicos (Wimmer & Dominick, 2001), pues se utiliza más frecuentemente en medicina, antropología o historia, sin embargo también el método tiene enriquecedoras prácticas en las ciencias sociales y áreas educativas que se pretende ampliar aquí.

El presente texto busca mostrar la aplicación de este método en un tema de comunicación, en específico en la figura del joven emisor que participa y se forma al tener una participación voluntaria o académica en las radios universitarias en un contexto binacional. La experiencia proviene de la tesis doctoral *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*, presentada en el año 2012, en el departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, España; un estudio pionero en ambos contextos. El objetivo principal fue analizar la participación y formación de jóvenes en el medio radiofónico universitario con base en el estudio de seis casos (caso múltiple) de México y España, para determinar en qué medida contribuía en la formación de los jóvenes que se acercan a ella.

Este método no es muy usual en los estudios del emisor, que se desarrolló inicialmente a comienzos de la Segunda Guerra Mundial entre psicólogos, antropólogos, psicólogos sociales y sociólogos pero fue adoptada por la comunicación posteriormente, con los estudios que realizaron Merton y Lazarsfeld, aplicada a soldados que escuchaban programas propagandísticos de radio, destinados a elevar la moral del ejército norteamericano (De Miguel, 2005:266). Otros autores afirman que es indicado para áreas de educación y en temas nuevos porque "examina o indaga sobre un fenómeno contemporáneo en su entorno real" (Yin, 2013:02).

1.1 La radio y los jóvenes

El estudio parte del interés de conocer la labor de las emisoras universitarias que existen en México desde por lo menos 1924 y de manera más tardía en España, a fines de los años 70. Este medio de corte cultural y social que cuenta con gran variedad de modelos, tiene en común que la mayoría se gestiona desde la institución, con recursos de la misma y con la participación de miembros de su comunidad. Su diversidad se muestra en los contenidos, la potencia, los objetivos, su audiencia meta, sus colaboradores, etc., lo que la convierte en un objeto de estudio complejo y cambiante respecto a la realidad misma de cada país e institución.

Desde los primeros acercamientos a ellas se percibían las diferencias entre ambos países: En México mucho más antigua y con más experiencias –75 instituciones–. En España solo 35 universidades y su mayoría en formato online por las restricciones de la ley de telecomunicaciones. No había puntos de comparación pero sí bastantes elementos para intentar registrar ambas realidades. Esto ayudó a plantear de manera más temprana el abordaje y hacer un plan acorde al tiempo.

La radio universitaria y los jóvenes que participan en ella es el objeto de estudio de esta investigación desde un enfoque social y cultural, acotado a su dimensión organizacional-educativa y centrada en uno de sus actores o públicos principales dentro del organigrama interno: los jóvenes. En el caso de México fluctúan entre los 16 y 23 años y de los 18 a 26 en España, de acuerdo a los rangos de edad de los jóvenes que habitualmente colaboran en las radios, dado que en México los estudiantes se integran desde nivel bachillerato y en España, posteriormente, debido a que el joven alarga su presencia en la escuela.

La propuesta de este trabajo tuvo como principal novedad contribuir a los estudios del productor de mensajes en los medios de comunicación pública. Se pone particular atención entonces a los jóvenes, que han sido poco estudiados en su faceta de productores y, en menor medida, de receptores, considerando las reflexiones que desde América Latina han venido haciendo varios autores desde inicios de los años noventa, donde se afirma que "ambos tipos de sujetos, emisores y receptores, cumplen la misma función de productores de sentido aun cuando ocupen posiciones o lugares diferentes y no

simétricos dentro del proceso" (Mata, 1993:03).

Como afirma García Canclini (1981:14), la cultura es "la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social", y en ello, la radio universitaria tiene puestos varios objetivos.

Se observa a la radio como ese fenómeno socio-técnico que transformó la cultura desde su aparición, participando en la educación no formal y entretenimiento y que hasta el día de hoy nutre los imaginarios sociales: "Un medio de comunicación con una presencia notable en la sociedad, con mucha fuerza, muy dinámico y muy sensible a lo que sucede entre la población" (Gómez Vargas, 1995:30) y por lo tanto con gran incidencia cultural. Como ha mencionado Giménez (2011:121) la cultura también es comunicación y esta "se desarrolla siempre dentro de un universo cultural compartido en mayor o menor medida por los participantes en el proceso". Hacer radio es cultura y en ella la juventud no solo se expresa sino que da voz a una generación que si bien está en una etapa de identidad en formación, es artífice de su propia cultura y participa en su transformación.

Pocos autores habían estudiado a profundidad la radio universitaria en ambos países cuando se inició el proyecto de tesis que da cuenta de este artículo -en 2008-. La mayor aportación, en castellano, eran los estudios sobre las características y clasificación de modelos (Prieto, 1996; Berlín, 1997; Fidalgo, 2009). Los antecedentes de estudios formativos sin embargo provenían de experiencias, en sus mayorías españolas, de la radio escolar (Gascón 1991; Torregrosa, 2006; Conde del Castillo, 2011), que tiene una función meramente formativa con menores de edad.

Actualmente, el tema de la investigación sobre la radio universitaria en la región iberoamericana se ha fortalecido con importantes aportes en tesis doctorales (Martín-Pena, 2013; Casajús, 2014; Ventín, 2014 y Mora, 2016); libros (Espino y Martín-Pena, 2012; Contreras y Parejo, 2013; Martín-Pena y Orfíz Sobrino, 2014; Martín-Pena, Parejo y Vivas, 2016) y numerosos artículos científicos (Vázquez Guerrero, Martín-Pena y Parejo, 2015; Díaz Jordán, 2016; Casajús y Martín-Pena, 2016; Pérez Alaejos, Martín Valiente y Hernández Prieto 2016; Martín Pena y Aguaded, 2017; Ibarra Ferrer y Varela Ruiz, 2017); permitiendo un conocimiento más profundo.

A nivel internacional, donde este tipo de radio se conoce como *college radio*, existen también importantes publicaciones que dan cuenta de la relevancia de la presencia estudiantil ante los micrófonos. De manera más reciente destacan: (Wilson, 2015; Rubin, 2015; Fauteux, 2015; Raymund, 2016; Bahaeldin y Naveen, 2016; Schitker, 2016; Giorgi, 2017).

Para la elaboración de esta tesis, el interés principal se centró en los jóvenes que colaboran en las radios universitarias de ambos países por varias razones: la creciente incorporación de los mismos en la experiencia de ambos países; por ser una audiencia que se busca tener – o no perder-, en la radio en general; porque son los futuros perpetuadores de esta forma de difusión que favorece no solo la comunicación de contenidos educativos, sociales y culturales sino la democratización de los medios, que en su mayoría está en manos de grupos mediáticos con objetivos meramente comerciales y sobre todo, demostrar a las mismas autoridades universitarias que es un medio que puede contribuir en la formación profesional e integral de un joven. Se tenía cierta certeza empírica por la experiencia de haber sido parte del equipo de trabajo de una emisora en Colima que optó por involucrar a jóvenes de diferentes disciplinas y que al paso del tiempo salían transformados o fortalecidos de la experiencia.

La pregunta general entonces se planteó de esta manera: ¿La radio universitaria realmente forma a los jóvenes que participan dentro de sus procesos de comunicación?

1.2 El diseño

Como existía ya un estudio cuantitativo nacional (ANUIES y UNESCO, 2007) que mostraba numéricamente el perfil de las radios universitarias mexicanas, se diseñó un abordaje metodológico primordialmente cualitativo que permitiera la conversación y cercanía con los sujetos de estudio.

La tarea implicó un camino que comenzó con la actualización y confirmación de los datos de las radios de España y México; la selección de los casos, y concluyó con una evaluación sobre la formación, implicando el análisis de numerosos datos proporcionados a través de diversas fuentes y herramientas de investigación como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1: Fases de la investigación

Técnica	Emisoras	Participantes
FASE 1		
Encuesta exploratoria online	34 de las 80 emisoras que se detectaron en una investigación previa en ambos países.	Directores o coordinadores de emisoras de México y España.
Documentación	La radio universitaria de ambos países y en particular de seis elegidas.	
FASE 2		
Observación	Visita a las seis emisoras elegidas.	Trabajadores, directivos, colaboradores, jóvenes.
Grupo de discusión	Las seis emisoras elegidas.	Jóvenes colaboradores en activo con perfil específico y contactados por los coordinadores de la emisora.
Cuestionarios de dinámica de grupo		Jóvenes participantes en los grupos de discusión.
Entrevista	Radio UNAM, Universo 94.9; Radio Universidad de Salamanca.	Directores y/o coordinadores y subdirectores.
Entrevista grupal	Radio UdeM, Universo 94.9; Uniradio y Radio UNAV.	Directores y coordinadores de áreas donde participan jóvenes.
FASE 3		
Encuesta sociológica online	Las seis emisoras elegidas.	Jóvenes colaboradores y excolaboradores.

Fuente: Elaboración propia.

Para fines de este artículo se abundará en la fase 2 y 3 de la investigación, que conforman la parte más importante del estudio. Solo cabe aclarar que a partir de los datos que proporcionaron a través de la encuesta online que contestaron 34 radios, se determinó elegir tres emisoras de cada país. Una de las características del estudio de caso es el uso de muestras teóricas, es decir, "elegir casos que probablemente pueden replicar o extender la teoría emergente" (Eisenhardt citado por Martínez Carazo, 2006). Si bien no hay un número consensuado de casos a incluir, se recomiendan entre cuatro y diez para generar teoría, por lo tanto, consideramos que elegir seis casos fue lo adecuado para el tiempo y los objetivos del estudio.

De esta forma, el tipo de muestreo que se utilizó para la elección de las seis radios participantes fue de máxima variación que permiten "documentar diversidad para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades" (Hernández Sampieri et. al. 2010:397), siguiendo como principal característica la alta presencia de jóvenes y criterios homogéneos del medio, como emitir por antena en FM y transmitir además por Internet. Para buscar la diversidad, se plantearon criterios heterogéneos como ubicación geográfica; tipo de universidad —pública o privada—, de universidades nacionales o de ciudad capital; tamaño de ciudad, así como características particulares, que aportaran diferencia.

Por lo tanto las elegidas fueron: En España, UniRadio de la Universidad de Huelva; Radio Universidad de la Universidad de Salamanca y 98.3 Radio de la Universidad de Navarra en Pamplona. En México se determinaron: Universo 94.9 de la Universidad de Colima; Radio UNAM de la Universidad Nacional Autónoma de México y Radio UdeM de la Universidad de Monterrey. Destaca que son 4 públicas y 2 privadas; de dos ciudades grandes; cuatro pequeñas y una mediana con mayoría de universidades pequeñas, incluyendo todos los perfiles necesarios. Se observaba desde el inicio del diseño del método, que sería un estudio cualitativo complejo enfocado en estudio de casos y donde finalmente se logró un análisis comparativo (Collier, 1992), de acuerdo a los resultados logrados. Aquí se buscó dar prioridad a conocer, de la propia voz de los jóvenes, las motivaciones e inconvenientes a las que se habían enfrentado al hacer este tipo de radio, así como valorar el tipo de formación que se consigue tras una estancia de colaboración.

2. Preparando el terreno

Para adentrarnos en la sociología de la institución radiofónica universitaria y en su forma de organización, a la vez que a sus prácticas de enseñanza se trabajó con técnicas cualitativas, pues es lo que se recomienda cuando se aborda un asunto nunca antes investigado (Wimmer y Dominick, 2001) y porque

facilitan una comprensión más profunda. Esta forma de abordar la investigación permite un primer acercamiento a un fenómeno (Igartua, 2006), como es la participación juvenil, que difícilmente podría valorarse sin la expresión directa de los involucrados, y que dada la complejidad y particularidad de cada ciudad, posiblemente no se lograrían los mismos resultados. Para ello, la técnica más utilizada fue la grupal, que de acuerdo a Callejo (2001:16) “en las traducciones de una lengua a otra —casi siempre del inglés o el francés al español— aparecen como sinónimos: grupo de discusión, focus Group y entrevistas profundas de grupo o Group depth interview”.

El método fue determinante porque se buscaba conocer las representaciones sociales en los discursos de los jóvenes mediante una forma adecuada, familiar, para que ellos se sintieran cómodos, informando en una conversación grupal natural, pero a la vez que fuera un foro donde pudieran expresar ideas y sentimientos afines, que quizá no habían manifestado antes, entre gente de sus mismas condiciones dentro de las radiodifusoras universitarias. Aunque la técnica grupal se ha utilizado con mayor frecuencia en los estudios de mercado, para conocer los patrones y guías de consumo, ha sido bien valorado en el ámbito educativo cuando se busca explicar la opinión y percepción de la gente sobre ideas, hechos o experiencias (Krueger, 1991), como es el caso.

Quienes han aplicado esta metodología, basados en entrevistas a través de los grupos focales afirman que es la forma más exitosa pues la gente necesita escuchar otras opiniones de diversas personas antes de formar las propias. En el trabajo con jóvenes, además es relevante que sientan seguridad, compañía por personas de su edad o de su contexto, para generar mejores resultados. Se consideró necesario adecuar el uso de esta técnica, con algunas innovaciones, dadas las características de los jóvenes, que por cuestiones psicosociales requieren de otro tipo de dinámicas para poder generar sus opiniones o reforzar sus pensamientos. Como ha experimentado Gutiérrez Brito (2008:36), en la técnica dialógica se hacen presentes dos tipos de categorías “los actos ilocutivos, que hacen algo al mismo tiempo que dicen, y los actos perlocutivos, que reproducen efectos añadidos por el mismo hecho de decirse”.

Por lo tanto se aplicó la técnica de grupos de discusión, con base en la metodología propuesta por Ibáñez (1986, 1994), quien instituyó el grupo de discusión en los años ochenta en España y que implica que el investigador menciona el tema a discutir y se evita mayor intervención, “salvo necesarias para catalizar o controlar la discusión” (Ibáñez,1986:47), por ser una de las principales y más completas técnicas; enriquecida por el método de Krueger (1991) y las prácticas exitosas de los *focus group* anglosajones encabezados por Finch, Lewis y Turley (2003) que se muestran más flexibles con la conformación de los grupos, además de la visión de Watts y Ebbutt (1987) que recomiendan el formato de entrevista grupal para estudios educativos.

La preparación del grupo de discusión se realizó en tres pasos de tipo documental para la planificación: La programación de la dinámica de grupo con base en los objetivos de la investigación (tabla 2); el diseño de la guía de tópicos o de detonadores, también con base en objetivos y de acuerdo a la especificidad de la técnica y el diseño de un cuestionario previo que incluye datos demográficos de los participantes y que contribuye a complementar información que no es posible conseguir durante la aplicación de la técnica. Posteriormente se definieron los criterios de reclutamiento para los participantes.

Tabla 2: programación de dinámica de grupo

Objetivo	Tiempo		Descripción	Dinámica	Recursos
	P	T			
Dar la bienvenida a los asistentes	3'		Bienvenida y presentaciones: Agradecimiento Explicación de la estructura de la sesión y el proceso de trabajo.	Explicación oral	
Analizar la autopercepción individual de los participantes	5'	8'	Realizar una ronda de presentaciones de los participantes en la sesión y recoger información sobre la autopercepción del estado emocional.	Ice break	Post its de varios colores 8 rotuladores color negro Panel o pizarra grande
Analizar la autopercepción como colectivo juvenil Identificar la percepción que tienen los jóvenes sobre el tipo de medio en que colaboran	10'	18'	Reflexionar sobre las cualidades y características de los jóvenes en general, como colectivo. Reflexionar sobre la autopercepción como colectivo que hace radio diferente.	Discusión Se plantea primero una pregunta abierta y, en función de la respuesta del grupo, se abren nuevas preguntas que ayuden a profundizar.	Guía PRIMERAS IMPRESIONES
Analizar las tareas cotidianas que hacen en la emisora	15'	33'	Con base en los datos previos de cada uno, profundizar sobre las tareas que han realizado los participantes	Discusión	Guía TRABAJO
Identificar el nivel de involucramiento que tienen los jóvenes al participar en la Radio Universitaria.	20'	53'	Reflexionar sobre la labor de una radio de estas características y la gente que la oye y la hace	Discusión	Guía GRUPO
Conocer la valoración que los jóvenes realizan de su participación en las emisoras universitarias	20'	1h. 13'	Hablar de las actividades y logros que han tenido en la emisora, así como las cosas que no han estado muy bien	Discusión	Guía PERSONALMENTE
Recoger la valoración sobre la emisora universitaria donde participan para medir su grado de satisfacción.	3'	1h. 16'	Se les pide por escrito y de manera anónima evaluar la emisora.	Encuesta su evaluación de la emisora como "formadora" con los parámetros: 1= Muy insatisfecho 2= Insatisfecho 3= Neutral	

Objetivo	Tiempo		Descripción	Dinámica	Recursos
	P	T			
				4= Satisfecho 5= Muy satisfecho	
Identificar las propuestas para facilitar la integración de los jóvenes al medio radiofónico	10'	1h. 26'	Recoger propuestas para lograr una mejor radio universitaria	Discusión	EXPECTATIVAS
Cerrar la sesión	2'	1h. 28'	Se agradece la asistencia y el trabajo realizado y se cierra la sesión.		

Fuente:Elaboración propia.

La muestra se escogió mediante una selección de tipo intencional a través de la invitación y reclutamiento realizado por personal de la emisora que los conocía y podía dar mejores referencias para lo que se buscaba conjuntar. Así cada emisora debió citar a ocho jóvenes colaboradores que además del rango de edad fueran de manera voluntaria y cumplieran un perfil que implicaba tener más de tres meses de colaboración; facilidad de palabra; que no fueran amigos cercanos entre ellos y buscar que hubiera representantes de las diferentes variantes de la hoja de control que incluía género, antigüedad, status dentro de radio; área donde colabora; diferentes niveles de empatía por el medio –deducible por el seleccionador–; turno, estudios y variedad en el rango de edad.

Con esta dinámica se buscó obtener una amplia representatividad de voces juveniles y aportar en la aplicación de la técnica. Para este apartado se diseñó otro documento denominado hoja de control que debía llenar los encargados del reclutamiento. En todos los casos la persona que se encargó de la moderación fue la investigadora.

Para la validación del instrumento se aplicó una prueba piloto en la emisora de la Universidad de Colima, dada la cercanía y confianza con el personal. Se trabajó con el apoyo de una persona asignada por la dirección, que conoce a los colaboradores. Con ella también se acordó el lugar donde se podría realizar el grupo y fue en la sala de usó múltiple de la emisora, ya que se les facilitaba el acceso a los jóvenes, es un lugar amplio y cómodo, les es familiar y tiene condiciones climáticas y materiales adecuadas. Se decidió también invitar a nueve jóvenes por si alguien faltara. *Todos los participantes llegaron y después de dar sus datos pasaron a la sala que ya estaba preparada con una mesa redonda de proporciones medias y las sillas alrededor.* Una vez que se validó el instrumento los grupos de discusión se fueron realizando poco a poco y se aprovechaba la visita a cada una de las seis ciudades para aplicar las demás técnicas: La observación y las entrevistas individuales y grupales a coordinadores o directivos. Los grupos fueron de cinco a nueve personas, pues en algunas radios se citó a personas de más, previendo cancelaciones. El tiempo promedio de duración fue de una hora y media.

Para conocer las emisoras elegidas se recurrió también a la Observación, que fue *directa* o *natura* pero no participante, pues se tomaron datos del entorno "sin interferir en absoluto en las dinámicas habituales" (de Miguel, 2005a:279) a través de una visita puntual a las radiodifusoras, un par de días, con el fin de reconocerlas físicamente; ver los espacios de trabajo, la dinámica de la rutina diaria, el equipamiento y el *clima* que se respira, sin interactuar demasiado con los actores. Ello implicó observar, hacer un registro fotográfico y anotaciones en el diario de campo, después de la visita. Esta información fue determinante a la hora de describir las características de cada emisora y para relacionarlos con los testimonios que surgieron de parte de los entrevistados.

La entrevista a profundidad fue otra de las herramientas más utilizadas pues se buscó, a través de la palabra, conocer los diferentes puntos de vista sobre la participación de jóvenes en las emisoras universitarias. Así, se dio voz a los directivos, a los productores, al profesorado y a encargados de capacitar a los jóvenes. También se entrevistó a las personas que por su trato diario era necesario incluir en el estudio. La técnica se aplicó, según los expertos, "con base en tópicos o hipótesis seleccionadas con anterioridad, sin tener las preguntas concretas previamente" (De Miguel, 2005a:253), pues la observación directa y cada sitio visitado generaron temáticas no previstas. En algunos casos la entrevista fue individual-

directivos- y en otras grupales – coordinadores o profesores-, pues las respuestas podrían ser similares tratándose de un mismo medio y de tareas comunes.

Finalmente, de manera complementaria se aplicaron a este estudio dos pequeños cuestionarios y una dinámica de grupo para reforzar la información obtenida. El primer cuestionario fue para los participantes que asistieron a los grupos de discusión, sobre sus datos socioeconómicos. Para iniciar la sesión se realizó la dinámica de grupo donde cada uno de los asistentes escribió tres cualidades o características que le identificaban; ambos datos nos ayudaron a conocer mejor su perfil. Ya dentro de la sesión del grupo se hizo una votación anónima donde evaluarían con escala del 1 al 5, el grado de satisfacción de la emisora en su rol de formadora.

En la última parte de la investigación, una vez realizada la visita a las emisoras con la ejecución de los grupos de discusión y entrevistas, se procedió a diseñar una segunda encuesta, para dar voz y poder obtener un resultado de los niveles de competencias que un joven puede adquirir al pasar una estancia en una emisora universitaria. Se trató de una encuesta anónima denominada *Adquisición de competencias en radios universitarias* donde se enfocó a cuestionar sobre el conocimiento adquirido en su paso por la radio. Para hacer esta medición, nos basamos en la identificación de las competencias que en términos amplios "han permitido diseñar programas para alcanzar el grado de experto y han resultado de particular utilidad en la acreditación de las especialidades" (Gutiérrez Brito, 2008: 256).

Esta forma de medición ha sido usada en ámbitos como el laboral, empresarial y organizacional donde se debe seguir un proceso que incluye identificarlas, estandarizarlas, evaluarlas y certificarlas de acuerdo a cada realidad. Nuestro enfoque se encamina más cercanamente al ámbito educativo donde se han desarrollado métodos de corte constructivista que ayudan a determinar lo "que se espera que el estudiante domine, comprenda y demuestre después de completar un proceso corto o largo de aprendizaje" (González y Wagenaar, 2003:28). Dentro de la psicología educativa y pedagogía se le llama *educación basada en competencias* y busca como resultado del aprendizaje la adquisición de conocimientos, comprensión y habilidades. "El constructivista ofrece a la Educación basada en competencias poner en el centro del acto educativo, el aprendizaje y la actitud del estudiante para la búsqueda y la construcción de lo significativo" (Victorino y Medina, 2008:99).

Para esta segunda encuesta, nos basamos únicamente en parte en este método, pues no se buscaba diseñar o implementar una metodología específica para la educación basada en competencias a través de la radio, sino obtener herramientas que nos ayudaran a identificar de manera actualizada y científica los conocimientos que pudieran desarrollar las personas que participan en el proceso de producción y realización de programas de radio en una emisora de corte cultural y social como son las universitarias. Un enfoque que sirviera además, para valorar en los mismos parámetros las experiencias de dos países con políticas educativas aparentemente diferentes.

Las competencias que fueron elegidas para este estudio son estandarizadas y se consultaron de los principales documentos relacionados a las reformas educativas más recientes a nivel mundial, estudiadas y clasificadas por organismos internacionales como Tuning Europa y América Latina; la mexicana CIEES, además del libro blanco de las carreras profesionales de Comunicación Audiovisual y Periodismo de España, adecuadas al Espacio Europeo de Educación Superior. Esto respondió a que la mayoría de las recientes reestructuraciones a la formación profesional en América Latina se han basado en el proyecto Tuning Educational Structures in Europe de 2007, que sirvió como marco para la homologación de estudios profesionales plasmado en las declaraciones de Bolonia -1999-; implantados totalmente en 2010 en España.

Este se considera un ejercicio de acercamiento a la evaluación de este proceso educativo, pero en ningún caso se podría suponer totalmente dentro del sistema de medición de competencias, pues para ello serían necesarias varias herramientas como: "pruebas orales y escritas, pruebas de ejecución, observación del desempeño, simulaciones, examen de los productos del trabajo, carteras y testimonios de terceros" (Irigoin, Tarnapol, Faulkner y Coe, 2002:04), que en este estudio empírico no se consideran.

Para la tercera parte del trabajo de campo, la aplicación de la encuesta online a colaboradores, la intención fue conseguir el mayor número posible de jóvenes de las seis emisoras participantes. Considerando que el número que suele haber anualmente en estas radios oscila entre los 62 jóvenes en promedio, se estableció que la muestra podría plantear el objetivo de conseguir la respuesta de 20 jóvenes de cada una emisora, haciendo un total de 120 encuestas. Este número representa el 32% del total de jóvenes que podrían estar colaborando en la radio y que suman 373.

En este ejercicio no se buscaba rigor estadístico, sino aplicar un cuestionario basado en las herramientas habituales de los centros educativos, que nos permitiera, junto con la información de los grupos de

discusión, determinar de manera más precisa el tipo de formación que logra un joven al participar dentro de la dinámica de un medio como éste.

Aunque hay muchas variables en cada país y emisora para la respuesta de una encuesta como esta, su validez radicaba en que era requisito que los jóvenes tuvieran más de tres meses de colaborar para poder tener una evaluación más o menos equilibrada de las respuestas. Además todos debían haber sido o continuar como colaboradores de las mismas y el contacto fue proporcionado por los directores o coordinadores de la radio. Es decir, fue anónima pero dentro de un limitado grupo de personas de quien los responsables del medio les constara que hicieron labores radiofónicas. Finalmente, la encuesta se realizó con una muestra de alrededor de 100 jóvenes y las respuestas oscilaron entre las 10 y las 25 personas por radio.

2.1. Instrumentos

Respecto al tipo de instrumentos que se implementaron en este proyecto se recurrió, para la encuesta exploratoria, a un cuestionario mixto para ser administrado a través de una plataforma online. El mismo contenía preguntas básicas para verificar datos generales de las radios (identificación, página web, ubicación, director, frecuencia, horas de transmisión etc.); preguntas cerradas (para conocer número de colaboradores, número de jóvenes, status de esos jóvenes, número de producciones, número de producciones) y posteriormente preguntas de opción múltiple para identificar los motivos por los que trabajan o no con jóvenes.

En otro apartado se incluyeron preguntas dicotómicas, para conocer si tenían documentación que permitiera la convocatoria, capacitación, motivación para crear, evaluación y calificación para las personas que participaban en las emisoras y finalmente una pregunta abierta para que se apuntara cualquier información extra que quisieran dar a conocer. El cuestionario con enlaces rápidos y prácticos, se envió por correo electrónico junto con una carta formal, solicitando la información. Una vez cerrada la fecha para la recepción de datos se procesó la información a través del sistema *Excel*, dada la dimensión de la muestra.

En cuanto al grupo de discusión, se trabajó una guía temática donde se tomaron en cuenta tiempos y objetivos y la guía de conducción con ocho categorías abordados, divididos en alrededor de 30 tópicos y un cuestionario demográfico previo. El instrumento se validó a través de la aplicación de un grupo piloto, con jóvenes de la emisora universitaria de Colima, México. Los resultados fueron satisfactorios y las observaciones y modificaciones menores, que permitieron ajustar las estrategias de intervención. En cuanto a la aplicación de la técnica, una vez que se tuvo contacto con las emisoras elegidas y se les planteó el interés por profundizar en el estudio de la misma, se dio a conocer a los directivos las características del trabajo de campo. Concluidos los grupos se continuó con la transcripción íntegra a través del uso del software *Transcriber 1.5.1*, utilizado para análisis lingüístico de corpus orales. De acuerdo a la técnica sugerida por Suárez (2005), después de obtener todas las transcripciones se procedió a hacer un resumen por temas, sin asignar nombres de los jóvenes participantes pues, en el momento que se constituyen como grupo, lo que se exprese significa la opinión generalizada. Así, se separaron los datos en las siguientes categorías generales:

1. Perfil
2. Limitaciones y potencialidades
3. Percepción social
4. Valoración del medio
5. Vínculos emocionales con el medio
6. Vínculos profesionales
7. Adaptación institucional
8. Contexto del medio universitario.

La herramienta de análisis cualitativo Atlas.ti también fue aplicada para sistematizar la información.

3. Resultados

Dado que estamos haciendo un recuento y reflexión sobre la forma de abordar metodológicamente el estudio de casos, en este apartado hablaremos sobre los resultados de las diferentes técnicas, con su respectiva complicación.

Respecto a la encuesta exploratorio, se lanzó para lograr conocer puntualmente las emisoras que trabajaban con jóvenes así como el número aproximado que acudía cada temporada, las tareas principales que realizaban; su edad promedio, su status (estudiantes propios, externos, becarios, trabajadores, otros) y el porcentaje de programas donde participaban. Aunque con ella no se buscaba conseguir ningún tipo de representatividad estadística (Chávez, 2007), pues se trató de una encuesta voluntaria, la alta respuesta permitió conseguir una información relevante para dar un segundo paso en el proceso. Sus resultados aportaron la información necesaria para comprender las diferentes formas de hacer radio con jóvenes y elegir las radios participantes en el estudio a profundidad.

Se consideró exitoso el ejercicio, dado que existe representatividad de todas las formas de emisión: En México con el 51% de las frecuencias; el 17% de las emisoras por Internet y el 12% de las productoras. Además, se tuvo representatividad de las seis regiones geográficas del país, con la presencia de sus más relevantes emisoras. En España, por su parte, la representatividad fue con un 57% de las emisoras con FM e Internet; el 33% de las que realizan Podcast y también el 33% de las que emiten por Internet. Ocho de las nueve comunidades autonómicas que tienen emisoras universitarias están presentes en este estudio: La de Madrid, Castilla y León, Valenciana, Andalucía, Catalunya, Navarra, Canarias y Extremadura. Después de conocer la información enviada por las emisoras, se procedió a la elección de acuerdo a los criterios elegidos, sumados a la viabilidad y facilidades del estudio. Por ejemplo, se había pensado en incluir a la radio de la Universidad Complutense, pero al poco tiempo de haber contestado la encuesta fue cerrada.

Respecto a los grupos de discusión, al llevarse a cabo el grupo piloto se detectó que una de las personas participantes destacó en el número de intervenciones, con 51, muy por encima del resto. También fue notable que una de ellas solo habló en tres ocasiones. De aquí se manifestó la necesidad de que el moderador dinamizara más y cediera la palabra en algunas ocasiones, porque se trataba de una persona tímida frente a una extrovertida. Si bien la técnica pide poca intervención del moderador, con jóvenes y niños también se ha recomendado una dirección más puntual y aquí se pudo comprobar. Por lo tanto no fue posible moderar el grupo como lo indicaba la técnica propuesta por Ibáñez (1994) donde se interviene muy poco, pues el objetivo era buscar las respuestas adecuadas que nos ayudaran a conocerlos mejor y también sus opiniones sobre un servicio relacionado a la educación y comunicación.

En la dinámica entonces, fue importante la intervención del moderador pues era necesario proyectarse *ignorante o inocente* ante algunas respuestas para estimular sus comentarios. Este estilo se suele aplicar más en la forma norteamericana o *Focus group*, donde "el moderador controla mucho la participación de cada uno, incluso se llega a pedir que conteste cada uno en forma aislada, sin diálogo ni interacción" (Rusi, 1998:76).

Generalmente en esta técnica se suele grabar en video, pero desde la planeación se decidió que no era necesario porque no se trataba de un estudio psicológico, donde los gestos son relevantes. Se comprobó que el hecho de que no haya existido cámara hizo sentir más seguros a los jóvenes y la forma de mesa redonda, les creó cierta confianza, pues así están acostumbrados a hablar en las cabinas de radio. Esa es otra característica de que sean jóvenes que hacen radio, fue muy poco frecuente que se interrumpieran o hicieran discusiones donde la voz de alguien no se escuchara. Otra excepción de la regla en esta metodología fue que los participantes se conocían entre sí. Aunque la mayoría de autores no lo recomiendan, Krueger (1991) afirma que se han realizado dinámicas con gente que trabaja dentro de empresas, con mucho éxito.

Esto nuevamente tiene que ver con los objetivos que se buscaban y no con seguir rigurosamente una técnica. Igualmente desde la selección se solicitó que procuraran incluir a jóvenes que no fueran muy cercanos. El grupo se formó entonces con gente que se conocía porque se veía frecuentemente, pero no eran amigos, ni probablemente se habían reunido antes para tener una conversación de este tipo. La dinámica de la radio no permite grandes espacios de socialización, sobre todo cuando se tiene un programa semanal o se va en horarios distintos. Finalmente, para la aplicación de la dinámica en los siguientes grupos se tuvieron que omitir varias preguntas e improvisar otras tantas, de acuerdo a las características del medio y las respuestas de los jóvenes.

El proceso de aplicación de los grupos de discusión llevó consigo una logística importante dada la ubicación de las emisoras donde se realizaron las dinámicas. La autora visitó cada una de ellas, gestionó la organización y coordinó todas las sesiones grupales. El contacto previo con directores o coordinadores fue importante pues todos colaboraron en la logística del sitio donde se realizaron los grupos; en la citación de jóvenes y en algunos casos en proporcionar material fungible y bebidas para la sesión. La dinámica fluyó porque hubo un buen equilibrio entre homogeneidad y heterogeneidad, que se considera necesario para una "fructífera interacción verbal" (Ibáñez, 1986).

Finalmente, para la encuesta evaluadora, no en todos los casos se contó con el apoyo suficiente para localizar a los jóvenes, por lo que en algunas emisoras no se logró cumplir el cupo de participantes para la muestra. También en ella responden personas de varias generaciones por lo que se refleja la opinión de individuos que estuvieron hace tiempo, pero sobre todo, las actuales. En términos generales se puede considerar un ejercicio valioso pues se consiguió la respuesta del 89% de la meta planteada (107 de 120 jóvenes) y del 29% del número total de estudiantes que colaboran anualmente en las radios. Respondieron 107 jóvenes de los cuales 66 fueron de México y 41 de España.

Aunque la proporción de participación no fue equilibrada de acuerdo al plan general de 20 personas por emisora, se puede observar que en la mayoría de los casos va en correspondencia con el número de estudiantes de la emisora en particular y en ninguno caso representó menos del 10% que se considera necesario para una investigación estadística profesional. Adicionalmente, al incluir a ex colaboradores de la misma, influyó la antigüedad del medio —Radio UNAM tiene más de 70 años—; la organización interna y los registros actualizados de los que contactaron. Así resultó que en Radio Universidad de Salamanca no tenían una lista de contacto por mail de sus colaboradores y en la de Navarra la invitación se dio directamente de la subdirección a los alumnos, por petición, por lo que se desconocen los argumentos dados y por lo tanto la baja participación.

Si bien en el documento de la tesis no se planteó una investigación de carácter comparativo, a la distancia y después de cierta reflexión, es posible comprobar que estuvo presente todo el tiempo un análisis comparativo enriquecedor pues de acuerdo a los expertos, aunque haya diferencias entre los países estudiados, mientras existan conceptos comparativos que sean aplicables "y permitan el uso de atributos de estas unidades macrosociales, después de haber sido convenientemente medidos, en los enunciados o proposiciones empíricas explicativas", (Colino, 2009:parr.3) hay un estudio comparativo.

4. Conclusiones y discusión

Como se pudo observar, el trabajo metodológico que correspondió al proyecto de investigación recurrió a varias técnicas de investigación, con la participación de alrededor de 213 informantes directos de seis ciudades de los países elegidos y que por lo tanto implicó una inversión en tiempo, distancia y recursos, además de toda la sistematización de información, comunes en este tipo de estudios de caso múltiples. El uso de la tecnología contribuyó en gran medida para ampliar la red de informantes, además de una buena disposición de los actores para participar. La aplicación de las técnicas en ambos contextos no tuvo grandes limitantes ni diferencias, sin embargo los resultados fueron diversos dada la naturaleza de las emisoras y sus universidades y allí donde se recomienda hacer ajustes en la aplicación de las técnicas y en el tratamiento de la información.

En España por ejemplo, había mucha participación juvenil y voluntaria en los casos de las universidades públicas, destacando la diversidad de perfiles profesionales que allí convergen y que enriquecieron la investigación, al confirmar la formación que obtienen a través del medio, sin haber pasado antes por estudios de comunicación o medios. Con los casos de las universidades privadas de ambos países se observó la forma de trabajo vinculado a las materias específicas de licenciaturas del área y su grado de profesionalización implícito. Con Radio UNAM se manifiestan los esfuerzos de revitalización que tiene una institución tan antigua, así como las buenas prácticas de Universo 94.9, con alta presencia estudiantil y vinculación a materias, lo que permitió la comprobación de todas las hipótesis.

La reflexión final que se tiene, respeto a la parte metodológica, es que fue un trabajo que contribuyó en la investigación del tema en ambos países. El optar por el método de estudio de caso múltiple, permitió además la transferibilidad del estudio; es decir, un tipo de generalización analítica aplicable a otros fenómenos que representen condiciones teóricas similares (Martínez Carazo, 2006), con lo cual además se obtiene la validez externa del instrumento. El hecho de usar múltiples fuentes contribuyó también a la triangulación, elemento relevante para conseguir la validez de la construcción y por lo tanto, con la pertinencia suficiente para ser considerado un estudio científico de análisis comparativo, de trascendencia binacional.

En el aspecto social y académico, las aportaciones de este trabajo se han visto reflejadas sobre todo en el ámbito español, pues la parte histórica y descriptiva del documento no la habían abordado igual otros autores. En México se ha buscado motivar a las radios universitarias a optar por involucrar más y dar voz a los jóvenes, mostrando cómo es posible contribuir en su formación integral. El interés existe, pero surgen otras limitantes, generalmente de tipo político o presupuestal, que no permiten la generalización del ejercicio.

5. Referencias bibliográficas

- [1] ANUIES y UNESCO (2007). Los Medios de Comunicación Universitarios en México 2005 [CD-Room]. UNESCO-ANUIES.
- [2] Bahaeldin, I. & Naveen, M. (2016). College Radio as a Mechanism for Participatory Learning: Exploring the Scope for Online Radio Based Learning Among Undergraduates. *Higher Learning Research Communications*, 6(1), 21-34. <https://doi.org/10.18870/hlrc.v6i1.292>
- [3] Berlín Villafaña, I. (1997). *Las radios universitarias, ¿subversión en los mercados? El caso mexicano: el Sureste*. Universidad Internacional de Andalucía: España.
- [4] Casajús, L. (2014). *Radios universitarias y redes sociales. Análisis de la gestión de contenidos de la radio universitaria española en las redes sociales*. Universitat Jaume I: España. <http://dx.doi.org/10.6035/14021.2015.228432>
- [5] Casajús, L. y Martín-Pena, D. (2016). La presencia de las radios universitarias españolas en las redes sociales. *Comunicación y Hombre*, (12), 291-304. Disponible en <https://goo.gl/yffF7N>
- [6] Collier, D. (1992). Método Comparativo. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, (5), 21-45.
- [7] Colino, C. (2009). Método comparativo. En R. Reyes (Ed.), *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*. Madrid-México: Plaza y Valdés.
- [8] Callejo, J. (2001). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel.
- [9] Conde del Castillo, J. M. (2011). La radio preuniversitaria, primeros pasos para una radio social desde la competencia ciudadana. En I. Aguaded y P. Contreras (Eds.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 85-98). La Coruña, España: Netbiblio.
- [10] Contreras, P. y Parejo, M. (2013). *Más Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias*. Salamanca: Comunicación Social.
- [11] Chávez Méndez, M. G. (2007). *El grupo de discusión. Una estrategia metodológica útil para generar conocimiento reflexivo en la investigación social desde la perspectiva cualitativa*. Colima, México: Universidad de Colima.
- [12] De Miguel, R. (2005). El grupo de discusión y sus aplicaciones en la investigación de la Comunicación masiva. En M. Berganza y J. A. Ruiz San Román (Eds.), *Investigar en Comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 265-274). Madrid: McGraw-Hill.
- [13] De Miguel, R. (2005a). La observación sistemática y participante como herramienta de análisis de los fenómenos comunicativos. En M. Berganza y J. A. Ruiz San Román (Eds.), *Investigar en Comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 277-294). Madrid: McGraw-Hill.
- [14] Díaz Jordán, A. M. (2016). La radio universitaria en Colombia como medio de interés público. *Revista Nexus Comunicación*, 130-147. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i19.667>
- [15] Espino Narváez, C. y Martín Pena, D. (Eds.) (2012). *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona: Editorial UOC.
- [16] Fauteaux, B. (2015). Campus frequencies: 'Alternativeness' and Canadian campus radio. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 6(1), 29-46. https://doi.org/10.1386/iscc.6.1.29_1
- [17] Fidalgo, D. (2009). Las radios universitarias de España. Transformación al mundo digital. *Telos: Cuadernos de Comunicación E Innovación*, (80), 124-137. Disponible en <https://goo.gl/0WuIXU>

- [18] Finch, H.; Lewis, J. & Turley, C. (2003). Focus Groups. In J. Ritchie et al. (Eds.), *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers* (pp. 211-242). London: Sage Publications Ltd.
- [19] García Canclini, N. (1981). *Cultura y sociedad: una introducción*, México: SEP.
- [20] Gascón, C. (1991). *La Radio en la educación no formal*. Barcelona: CEAC.
- [21] Giménez, G. (2011). Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. *Cultura y Representaciones sociales*, 6(11), 109-132. Disponible en <https://goo.gl/sLoRZq>
- [22] Giorgi, M. (2017). Origin and decline of the first university radio web in France. *Educational Media International*, 54(3), 185-198. <https://doi.org/10.1080/09523987.2017.1384152>
- [23] Gómez Vargas, H. (1995). Radio, campo cultural y mediaciones. Apuestas y propuestas para pensar la radio en León. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(1), 29-46. Disponible en <https://goo.gl/BPtdXZ>
- [24] González, J. & Wagenaar, R. (2003). *Tuning Educational Structures in Europe. Informe Final - Proyecto Piloto, Fase I*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [25] Gutiérrez Brito, J. (2008). *Dinámica del grupo de discusión*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- [26] Hernández Sampieri, R.; Fernández-Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- [27] Ibarra Ferrer, S. y Varela Ruiz, M. (2017). La memoria sonora de Radio UNAM: un referente de investigación y educación. *Revista Digital Universitaria*, 18(5), 1-11. Disponible en <https://goo.gl/jpFIES>
- [28] Ibáñez, J. (1986). *Más allá de la sociología: El grupo de discusión: Teoría y crítica*. Madrid: Siglo veintiuno.
- [29] Ibáñez, J. (1994). *El Regreso del sujeto: la investigación social de segundo orden*. Madrid: Siglo veintiuno.
- [30] Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- [31] Irigoín, M.; Tarnapol Whitacre, P.; Faulkner, D. et al. (2002). *Mapa de competencias de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: conocimientos, habilidades y actitudes en acción*. Washington DC: The CHANGE Project. Disponible en <https://goo.gl/8aa1DU>
- [32] Krueger, R. A. (1991). *El grupo de discusión: Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.
- [33] Martín-Pena, D. (2013). *Las radios universitarias en España: plataformas interactivas y redes de colaboración*. Universidad de Huelva: España. Disponible en <https://goo.gl/Z5XHdt>
- [34] Martín-Pena, D. y Aguaded, J. I. (2016). La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación. *Comunicación y sociedad*, (25), 237-265. Disponible en <https://goo.gl/ZvL5rc>
- [35] Martín-Pena, D. y Ortiz Sobrino, M. Á. (2014). *Radios Universitarias en América y Europa*, Madrid: Fragua.
- [36] Martín-Pena, D.; Parejo Cuellar, M. y Vivas Moreno, A. (2016). *La radio universitaria: Gestión de la información, análisis y modelos de organización*. Barcelona: Gedisa.
- [37] Martínez Carazo, P. (2006). El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*, 20, 165-193. Disponible en <https://goo.gl/JxKGol>
- [38] Mata, M. C. (1993). La radio: Una relación comunicativa. *Diálogos de la Comunicación*, 35, 1-6. Disponible en <https://goo.gl/fn1QZn>
- [39] Mora Jauregui, B. (2016). *La radio universitaria como servicio público a la ciudadanía: el caso de Uniradio-UHU*. Universidad de Huelva: España. Disponible en <https://goo.gl/PTFzQ9>
- [40] Pérez Alaejos, M.P.; Martín Valiente, M. y Hernández Prieto, M. (2016). La programación de contenidos propios en las radios universitarias españolas: Ondacampus, UPV Radio; Unirradio Jaén, Radio Universidad y RUAH. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 287-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1096>

- [41] Prieto Castillo, D. (1996). Las emisoras universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo. En I Festival Centroamericano de la Radio. Costa Rica.
- [42] Raymond, R. K. (2016). Managing college radio: Understanding American college stations through their management practices. *Radio Journal: International Studies In Broadcast & Audio Media*, 14(2), 193-211. https://doi.org/10.1386/rjao.14.2.193_1
- [43] Rubin, N. (2015). 'College radio': The development of a trope in US student broadcasting. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 6(1), 47-64. https://doi.org/10.1386/isc.6.1.47_1
- [44] Russi, B. (1998). Grupos de discusión. De la Investigación social a la Investigación reflexiva. En G. Cáceres (coord.) *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación* (pp. 75-116). México: Pearson Addison Wesley.
- [45] Simons, H. (2009). *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid: Editorial Morata.
- [46] Schnitker, L. (2016). Archives, Advocacy and Crowd-Sourcing: Towards a More Complete Historiography of College Radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 23(2), 341-348. <https://doi.org/10.1080/19376529.2016.1224427>
- [47] Suárez, M. (2005). *El grupo de discusión: una herramienta para la Investigación cualitativa*. Barcelona: Laertes Educación.
- [48] Torregrosa, J. F. (2006). *Los medios audiovisuales en la educación*. Sevilla: Alfar.
- [49] Tuning Educational Structure in Europe (2007). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/9VbYuR>
- [50] Vázquez Guerrero, M. (2012). *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Universidad Pompeu Fabra: España. Disponible en <https://goo.gl/8979Fv>
- [51] Vázquez Guerrero, M.; Martín-Pena, D. y Parejo, M. (2015). La divulgación científica a través de la radio universitaria en España y México. *Razón y Palabra*, 19(91), 669-686. Disponible en <https://goo.gl/cMFisu>
- [52] Vázquez Guerrero, M. y Chamizo, F. (2014). La radio universitaria en México: diversidad y contraste. En M. A. Orfíz Sobrino y D. Martín-Pena (Eds.), *Las radios universitarias en América y Europa*. Fragua: Madrid.
- [54] Ventín Sánchez, J.A. (2014). *La radio universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios*. Universidad Complutense de Madrid: España. Disponible en <https://goo.gl/FILC3z>
- [55] Victorino Ramírez, L. y Medina, G. (2008). Educación basada en competencias y el proyecto Tuning en Europa y Latinoamérica. Su impacto en México. *Ide@s CONCYTEG*, 3(38), 97-114.
- [56] Watts, M. & Ebbutt, D. (1987). More than the sum of the parts: research methods in group interviewing. *British Educational Research Journal*, 13(1), 25-34. <https://doi.org/10.1080/0141192870130103>
- [57] Wilson David, D. (2015). The learning curve: Distinctive opportunities and challenges posed by university-based community radio stations. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 6(1), 87-105. https://doi.org/10.1386/isc.6.1.87_1
- [58] Wimmer, R. & Domenick, J. (2001). *Introducción a la Investigación de medios masivos de comunicación*. México: International Thomson.
- [59] Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods*. London: Sage publications.

