

RADIO ESTUDIANTIL: PROGRAMAS, AUDIENCIAS Y DESAFÍOS STUDENT RADIO: PROGRAMS, AUDIENCE AND CHALLENGES

Carlos Araya Rivera*
carlos.araya@ucr.ac.cr

Fecha de recepción: 24 marzo 2009 - Fecha de aceptación: 1 junio 2009

Resumen

*En este trabajo, se describen los resultados más relevantes del proyecto de investigación Análisis de audiencia de programas radiofónicos estudiantiles, desarrollado por el autor, entre el 2006 y el 2008 en la Universidad de Costa Rica. El estudio se enfocó en la experiencia desarrollada por el Proyecto CONTRASTES, la iniciativa de radio estudiantil con mayor permanencia en la historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. En general, la investigación se abocó a determinar las características de la audiencia de estos programas, así como sus necesidades de información y orientación. **Palabras clave:** Comunicación, radio estudiantil, orientación, información, audiencias, Radio U, Proyecto Contrastes.*

Abstract

This paper describes the most relevant results of the research project "Audience analysis of student radio programs", performed by the author in 2006 – 2008 at Universidad de Costa Rica. The study focused on the experience of Proyecto CONTRASTES, the oldest student radio project at the School of Mass Communication Sciences. The research's rationale was to determine the audience characteristics as well as their information and guidance necessities.

Key Words: *Mass Communication, student radio, counseling, information, audience, Radio U, Proyecto Contrastes.*

Introducción

En momentos cuando el cuadrante radiofónico costarricense se orienta a la uniformidad de formatos y la concentración de la propiedad de las emisoras, el desarrollo de la radio estudiantil universitaria en Costa Rica se constituye en una alternativa para las generaciones actuales. La aparición de experiencias de comunicación estudiantil con carácter permanente (como el

Proyecto CONTRASTES), pasando por la fundación de Radio U en 1996 en la Universidad de Costa Rica y la apertura más reciente de Radio TEC en el 2006 en el Instituto Tecnológico de Costa Rica, por mencionar algunos casos, legitiman la necesidad de las personas jóvenes en cuanto a contar con espacios para expresar y compartir sus ideas y opiniones.

Música, programas informativos, culturales y de análisis se turnan a lo largo del día en una

* Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.

oferta algunas veces más ambiciosa de la cuenta, dadas las condiciones de producción: sus autores son estudiantes universitarios, en su mayor parte provenientes de las Ciencias de la Comunicación Colectiva, aunque también acompañados por representantes de otras carreras. En la mayoría de los casos, se trata de personas jóvenes quienes a la vez que producen, están aprendiendo a producir radio, ya sea como parte de sus estudios formales o bien en la práctica cotidiana.

Ante esto, surgen algunas inquietudes: ¿quiénes escuchan estos programas radiofónicos estudiantiles?, ¿cuáles son sus necesidades de información y orientación? y ¿qué opinan sobre la emisora estudiantil Radio U? Estas y otras interrogantes se plantearon dentro del proyecto de investigación *Análisis de audiencia de programas radiofónicos estudiantiles*, desarrollado entre el 2006 y el 2008 en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. A continuación, se reseñan algunos elementos relevantes descubiertos durante la investigación.

Origen del estudio

El análisis se efectuó a programas radiofónicos estudiantiles transmitidos en Radio U, 101.9 FM, durante el 2006 y el 2007. Estos programas forman parte del Proyecto CONTRASTES, la iniciativa de radio estudiantil con mayor permanencia en la historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. Este proyecto tuvo su origen en la radio-revista del mismo nombre, transmitida por primera vez en 1990 en Radio Universidad como práctica estudiantil de un curso de Periodismo Radiofónico (Araya y Montero, 1997: 52-53). Posteriormente, el programa se transmitió de 1992 a 1994 en la entonces única radio universitaria.

A mediados de ese año, la radio-revista fue suspendida, aunque entre 1995 y 1998 se replanteó como una serie de microprogramas informativos llamados *Con Buena Nota*, los cuales se transmitieron en más de 40 emisoras del país. Estos espacios utilizaron contenidos y tratamiento similares a los de CONTRASTES y formaban parte de una campaña radiofónica planificada en el Ministerio de Educación Pública, en el periodo

mencionado. Más adelante, en 1997, se retomó la propuesta original de CONTRASTES y el programa se reabrió en Radio U, donde se mantiene hasta la fecha. Cabe aclarar que el autor ha participado de lleno en el desarrollo del Proyecto CONTRASTES.

Con el propósito de fortalecer la fundamentación del programa de radio, se estimó conveniente plantear un estudio de audiencia de espacios radiofónicos estudiantiles que a la vez permitiera descubrir elementos comunes entre CONTRASTES y otros programas similares dentro de la programación de Radio U. Para efectos del estudio, quien suscribe este artículo propuso la siguiente definición de programa de radio estudiantil: *es aquel producido por estudiantes, con contenidos de interés para esta población, cuyo propósito principal es servir de espacio de aprendizaje de la disciplina de producción radiofónica, y que idealmente cuenta con una asesoría académica formal o no formal por parte de una persona docente.*

Acerca del papel de la radio estudiantil y los programas radiofónicos estudiantiles, existe poca literatura en el entorno latinoamericano, y en el caso nacional ni siquiera existe. En un estudio exploratorio realizado en el 2001, Livia van der Graaf analizó las características de 11 emisoras universitarias estudiantiles de España, Bélgica, Gran Bretaña y Francia. Van der Graaf (2001: 20-21) destaca:

Las emisoras estudiantiles funcionan como herramientas de formación, información, de encuentro y diversión. Es importante que los estudiantes puedan aprender a hacer radio profesionalmente, que tengan un medio para expresarse y que la gente pueda escucharles. Por eso la libertad de expresión y opinión ocupa un lugar especial en la radio estudiantil, pues ser libre al dar e intercambiar sus opiniones es indispensable para una buena comprensión entre los jóvenes, y entre ellos y la sociedad en general.

Así las cosas, la radio estudiantil universitaria es un formato no comercial, llamado *college radio* en Estados Unidos, *student radio* en Inglaterra y *campus radio* en el resto de Europa, el cual se dedica a la transmisión de géneros musicales alternativos y programas producidos por estudiantes universitarios. Por lo general, la tendencia en esos países es que la emisora

sea programada y administrada completamente por los mismos estudiantes (Araya, 2005: 151), aunque en el caso de Radio U en Costa Rica aún no se logra esta condición. De cualquier manera, la participación voluntaria de las y los estudiantes, así como la condición de laboratorio para aprender la disciplina de la radio, son características comunes entre la experiencia nacional y las extranjeras.

Además de ofrecer música única y programas sobre asuntos de interés público, las radios estudiantiles universitarias tiene otro propósito principal: enseñar a los estudiantes la radio. Al permitir a los voluntarios colaborar con cualquiera de los departamentos, los estudiantes son capaces de ganar experiencia de primera mano en una gran variedad de áreas, lo cual hace que se formen una buena idea del negocio de la radio (Adams y Massey, 1995: 187-188. Citados por Sauls, 2000: 35-36. Traducción libre del inglés).

Debe observarse que los espacios estudiantiles en general tienen una orientación *experimental*, concepto que en sí mismo puede ser polémico, pues entra en abierta contradicción con el punto de vista de algunas personas quienes advierten sobre el riesgo de ponderar o estimular lo que podría considerarse “*error*”. Al contrario, lo experimental debe apreciarse desde la didáctica y, en este caso particular, la radio se perfila como herramienta para aprender, para construir una verdad. Fougeyrollas (1984: 18-19) recuerda que Marx había establecido que el criterio de la verdad científica “no solo es un criterio de coherencia interna de los enunciados teóricos, ni siquiera un criterio de verificabilidad por la experimentación, sino que reside en la unidad de la teoría y la práctica sobre la base de la práctica”.

De esta manera, *experimentar* no significa legitimar el error; significa que para poder construir el conocimiento es necesario descubrir *cómo* superar el error, lo que se logra en un proceso de acción-reflexión-acción. En el caso que nos ocupa, lo experimental también puede comprenderse como actividad y como espacio. Como actividad, *experimentar* significa probar, practicar, innovar, descubrir nuevas formas de hacer radio, en muchas ocasiones distintas a la manera en la cual se produce la radio comercial. Como espacio de experimentación, las emisoras y los programas

estudiantiles reúnen condiciones de laboratorio, en el cual las y los estudiantes pueden aprender a producir radio en forma profesional.

En Estados Unidos y en Europa, las emisoras estudiantiles abren espacio a los alumnos de las carreras de Comunicación y Periodismo de las universidades públicas y privadas. Este trabajo voluntario les permite adquirir experiencia profesional, al mismo tiempo que aprenden y se divierten. En estas latitudes, los jóvenes cuentan con la figura de la *asesoría académica*, a cargo de una persona docente quien generalmente pertenece a la Facultad o Escuela de Comunicación, supervisa los procesos de formación en la emisora y, en la mayoría de los casos, actúa como responsable del medio ante la escuela, la universidad y la comunidad.

Para Sauls (2000: 101), esta persona supervisa la administración y operación diaria de la radioemisora, y provee la continuidad que ésta necesita, tomando en cuenta la rotación constante del personal estudiantil. No obstante, advierte que esta labor es combinada con las tareas normales de docencia, investigación y servicio a la comunidad, por lo cual hay ocasiones en que el asesor académico coloca a la emisora en segundo plano.

Aún así, la responsabilidad de la operación de la radio recae enteramente en el asesor académico, y como lo advierte Sauls (2000): “Cuando los problemas llegan, es su responsabilidad resolver los problemas. Y estos problemas se reflejan en la habilidad del asesor académico para administrar la estación”. En este sentido, se comprende la relevancia de la asesoría académica, por cuanto podría ser una garantía de que la colaboración de los estudiantes en la emisora es supervisada y orientada con base en criterios profesionales y didácticos propios de la comunicación radiofónica. Al mismo tiempo, la asesoría académica viene a estrechar el vínculo entre la educación formal y la práctica, con lo cual la formación es integral.

Si bien ha existido la idea de considerar a Radio U como una radio estudiantil, no todos sus programas y espacios responden a las características enunciadas. Entre aquellos que sí responden se encuentran: el noticiero *Giro en U*, el programa de temas de educación física *En Movimiento* y la franja diaria *Arriba con la U*; además de los programas del Proyecto CONTRASTES. La

investigación se concentró en estos últimos, pues CONTRASTES no solo tiene el propósito explícito de orientar e informar a estudiantes actuales y potenciales en su proceso de inserción en la Universidad de Costa Rica, sino también sirve como laboratorio para la producción radiofónica, a la vez que sus transmisiones han tenido cierta permanencia a lo largo de los años.

Cómo se realizó el estudio

La investigación se llevó a cabo en varias etapas. En la primera, se elaboró dos diagnósticos de necesidades de información y orientación, uno enfocado en estudiantes universitarios y el otro en estudiantes de último año de secundaria. El primer diagnóstico se realizó del 13 al 23 de junio del 2006 y se aplicó a 192 estudiantes del Curso Integrado de Humanidades 1, de la Escuela de Estudios Generales de la Universidad de Costa Rica. El segundo diagnóstico se llevó a cabo del 20 de marzo al 4 de mayo del 2007 y se aplicó a 320 estudiantes de quinto año de 16 colegios públicos, semipúblicos y privados del Gran Área Metropolitana del país.

Con los resultados obtenidos, en una segunda etapa, se preparó un perfil de público meta de los programas estudiantiles. Este perfil contiene los aspectos mencionados anteriormente y su diseño se realizó en tres dimensiones: geográfica, demográfica y psicográfica (Araya, 2004: 193). El perfil es una herramienta particularmente útil a la hora de diseñar programas de radio, ya que reseña las características más importantes del segmento de población al cual se desea dirigir los mensajes.

En una tercera etapa, se organizó dos sesiones de discusión con la técnica de grupo focal (*focus group*) para validar los contenidos de los programas estudiantiles y así comprobar cobertura, usos, pertinencia y eficacia de los mensajes. Una sesión se realizó el 28 de marzo del 2007 con la participación de 4 estudiantes universitarios de primer año de distintas carreras de la UCR. La otra sesión se desarrolló el 9 de noviembre del 2007 y colaboraron 4 estudiantes de cuarto año del Colegio Humboldt. Cada sesión incluyó la escucha de segmentos de programas estudiantiles y luego un intercambio de opiniones.

La cuarta etapa consistió en la integración de los resultados de las etapas anteriores, con el propósito de ofrecer un panorama lo más preciso posible de la calidad de la audiencia de los programas radiofónicos estudiantiles analizados.

¿Quiénes escuchan los programas radiofónicos estudiantiles?

Datos generales: El público meta de los programas está integrado por estudiantes universitarios de primer nivel de carrera, con una edad entre los 17 y los 19 años en su gran mayoría (92.9% de los consultados) y con dedicación completa a los estudios en más de la mitad de los casos. Estas personas residen en el Gran Área Metropolitana.

Con respecto a la condición socioeconómica, más del 60% reportó tener computadora con Internet en la casa y tener acceso a Internet por medio de cable modem. Esto se une al hecho de que más de la mitad de las personas consultadas afirmó tener televisión por cable en su hogar. Dados estos resultados, se tiene la impresión de que más de la mitad de los encuestados pertenecen a sectores socioeconómicos medios altos y altos.

De acuerdo con la muestra seleccionada, las carreras que aparecieron con mayor presencia fueron Derecho y Administración de Empresas, y el área académica con mayor cantidad de estudiantes fue Ciencias Sociales.

En cuanto al público bienvenido de los programas estudiantiles, se tiene que asisten al quinto año de la educación secundaria, en colegios públicos, semipúblicos y privados del Gran Área Metropolitana del país. Las y los estudiantes consultados pertenecen a las siguientes instituciones: Conservatorio de Castella, Colegio Saint Paul, Colegio María Inmaculada, Liceo Anastasio Alfaro, Liceo de San Antonio de Desamparados, Colegio de La Salle, Liceo de Pavas, Colegio Nuestra Señora del Pilar, Liceo José Joaquín Vargas Calvo, Colegio Victoria, Liceo Roberto Brenes Mesén, Colegio Enrique Malavassi, Colegio Redentorista San Alfonso, Colegio San Luis Gonzaga, Colegio México y Colegio Técnico de Flores.

El promedio de edad de la población de secundaria consultada está entre los 17 años, y dentro de sus aspiraciones vocacionales está el ingreso a una carrera de alta demanda, reconocida socialmente y con expectativa de altos ingresos. De esta forma, la mayoría aspira a ingresar a alguna de las siguientes carreras: Salud (Medicina, Microbiología, Nutrición, Terapia Física), Comunicación (Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas), Ingenierías, Arquitectura o Administración de Negocios.

El 20% reportó haber trabajado durante las vacaciones, mientras que más de la mitad expresó haber paseado o descansado. En cuanto a medios y tecnología, más del 60% declaró contar con televisión de cable, frente a un 31% el cual solo ve televisión abierta. Además, alrededor de un 55% indicó contar con computadora en la casa; y de ellos, más de la mitad, tiene acceso a Internet. Un 37% navega con banda ancha, mientras que 22% lo hace con acceso conmutado (conexión telefónica normal). Al igual que en el público meta, estos indicadores muestran que el segmento bienvenido tiene una cantidad importante de sus miembros en sectores socioeconómicos medios altos y altos.

Escucha de radio: La tarde es el periodo del día en que las y los consultados universitarios escuchan la radio con mayor frecuencia (16%). Los géneros musicales más escuchados por los encuestados son el rock (18.1%) y el pop (8%). Sin embargo, cerca del 48% expresa que le gusta la música variada y no tiene un género preferido.

En cuanto a las y los estudiantes de secundaria, cerca del 86% expresó escuchar regularmente la radio, y la mitad aseguró escuchar el medio todos los días, mientras la cuarta parte lo escucha al menos un día por semana. Las emisoras más mencionadas fueron Vox, Exa, Disney, 911, 40 principales, Bésame y 97.9. Las personas consultadas escuchan radio por lo general en las tardes y una cantidad significativa durante la noche. Escuchan música variada, desde rock hasta música clásica, jazz, reggaetón y otros géneros. En ambos segmentos de población, la diversidad de respuestas en cuanto al tipo de música pone en evidencia el gusto variable en estas edades.

Necesidades de información y orientación

Más del 50% de los consultados del público meta reportan que se sienten regularmente informados en su primer año de Universidad. El recurso principal de las y los estudiantes para obtener información sobre la UCR consiste en preguntar a sus pares: cerca del 80% así lo indican. Llama la atención que se reporta un uso mínimo de los medios de comunicación universitarios.

Una quinta parte de los consultados de primer año considera que necesita orientación vocacional e información sobre las carreras universitarias, mientras más de la mitad solicita información sobre servicios y trámites universitarios.

Con respecto a la población estudiantil de secundaria, más del 60% afirmó estar regularmente informado y mal informado con respecto a las oportunidades ofrecidas por la UCR. Este resultado es similar al obtenido en el público meta, lo cual confirma que, en ambas poblaciones, más de la mitad considera no tener suficiente información sobre los servicios, las actividades y las carreras de la Universidad.

La opción más utilizada para obtener información sobre la UCR es preguntar a las y los compañeros del colegio, seguido por consultar en la secretaría u orientación del colegio y revisar el sitio web de la Universidad. El tema de los medios universitarios cobra aquí importancia, pues de los indicados en el cuestionario, Canal 15 obtuvo el mayor número de respuestas, seguido por Radio U y el Semanario Universidad.

Aunque haya una cantidad mayor de personas quienes señalan tener buena orientación, llama la atención que el 43.5% de las personas consultadas indicaron que tienen poca o ninguna con respecto a las oportunidades de la UCR.

El aspecto considerado de mayor interés al recibir información de carreras es el de las aptitudes necesarias (alrededor de la tercera parte lo indicó). En segundo lugar está el campo de trabajo y a continuación el plan de estudios.

Opinión sobre Radio U

La emisora estudiantil está posicionada entre las personas universitarias como medio

que ayuda a informarse mejor sobre temas de actualidad nacional e internacional, artistas y grupos musicales. No obstante, las temáticas de orientación e información estudiantil se ubican en menor proporción, y, con ello, los programas radiofónicos estudiantiles. Este dato evidencia la baja promoción y posicionamiento de estos espacios en la población estudiada.

Por su parte, más del 40% de las y los estudiantes de secundaria aseguró haber oído hablar de Radio U, aunque se reporta una baja frecuencia de escucha. Los estudiantes de colegios privados conocen más a Radio U, mientras los estudiantes de colegios públicos la escuchan con más frecuencia. Resulta interesante comparar la condición de conocimiento con la de fidelidad, pues es esta última la que podrían aprovechar Radio U y los programas estudiantiles para posicionarse en el público meta.

En ambas poblaciones, algunas de las características que no gustan de los programas de Radio U son: periodos extensos de locución frente a la música, locutores aburridos, posiciones parcializadas y programación poco interactiva. En contraposición, las personas consultadas destacan como positivo en Radio U: el apoyo a lo nacional, el tipo de música, la libre expresión, hablar con sinceridad, la orientación a los estudiantes y ayuda a enseñar el ambiente universitario.

En cuanto al aporte informativo de Radio U, en ambos grupos se menciona con mayor frecuencia la información sobre artistas y los temas de actualidad; y, en segundo lugar, las carreras y los consejos para la vida universitaria.

Como recomendaciones para mejorar los programas de Radio U se indicó: ser más influyentes hacia la comunidad estudiantil, ser más universales en pensamiento, más neutrales, tener más interactividad, dirigirse a los estudiantes de colegio y mejorar la animación. Un punto por destacar es que los consultados de secundaria proponen hacer “*más publicidad*”, lo cual se interpreta en dos sentidos: por un lado, dada la costumbre de escucha de radio comercial a la que se exponen los jóvenes, se reclama la falta de anuncios comerciales en la pauta de Radio U. Por otro lado, por el contexto de las respuestas y la falta de conocimiento sobre la emisora, pareciera

necesario hacer más promoción y proyección de la emisora, sobre todo en los colegios.

Conclusiones

Durante el 2007, el proyecto de investigación logró integrar una experiencia de aprendizaje además de una de acción social. En el primer caso, se logró establecer un vínculo con la experiencia del curso CC-3018 Radio del tercer nivel de la carrera de Comunicación Colectiva. La actividad de investigación aportó elementos conceptuales los cuales permitieron a las y los estudiantes desarrollar su proyecto final de producción radiofónica. A su vez, las y los alumnos colaboraron con el proyecto de investigación y facilitaron el logro del objetivo planteado.

Además, los resultados del diagnóstico permitieron fundamentar la producción de microprogramas radiofónicos de orientación e información estudiantil, el cual el autor sistematizó del 2007 al 2009 en un proyecto de extensión docente de la Universidad de Costa Rica. Estos microprogramas utilizan los descubrimientos realizados durante el proceso de investigación, con respecto a las tres necesidades principales detectadas en el diagnóstico: información sobre carreras universitarias, servicios de la Universidad y consejos para la vida cotidiana estudiantil. En otra oportunidad, se analizará esta experiencia de integración entre actividades de investigación, acción social y aprendizaje.

En relación directa con el tema de estudio, cabe preguntarse ¿cuáles son los desafíos inmediatos de los programas radiofónicos estudiantiles? Un primer desafío tiene que ver con las estrategias de producción y comunicación que tienen los espacios, para llevar la información pertinente a sus públicos. Según se desprende del estudio realizado, las y los estudiantes universitarios de primer ingreso no hacen un uso extensivo de los medios de comunicación de la Universidad y en consecuencia la mitad de los consultados expresan no estar suficientemente informados sobre la Institución. Esta proporción es mayor en el caso de los estudiantes de secundaria, lo cual resulta preocupante tomando en cuenta la naturaleza de las estrategias de divulgación que tiene la Universidad (medios internos, Feria Vocacional,

visitas a colegios, página web, atención en Oficina de Orientación, entre otras). Así las cosas, debería revalorarse la calidad y la cantidad de la información transmitida en estos espacios y considerar la eficacia de otros, como podrían ser los microprogramas de orientación e información estudiantil, ya mencionados.

El otro desafío, digno de mencionar, se refiere al acercamiento de los espacios estudiantiles con sus públicos, de manera que se logre una mayor interacción entre la emisora, los programas y las personas jóvenes, y que éstas no sean solo receptoras pasivas de los mensajes. Esta interacción podría lograrse tanto desde los mensajes en sí mismos (por medio de lenguaje, tratamiento, recursos sonoros atractivos, por ejemplo) como en la realización de actividades complementarias a los mensajes (concursos, festivales, conciertos, visitas a la emisora, visitas a aulas universitarias y colegios, entre otros). Por cierto, estas actividades podrían formar parte de una estrategia de promoción y proyección de los programas, tal y como se mencionó con anterioridad.

La radio estudiantil y los programas radiofónicos estudiantiles recogen en mucho el sentir y las necesidades de sus públicos, aunque todavía quedan preguntas pendientes: ¿cómo utilizan las y los jóvenes la información escuchada en esos espacios? y ¿de qué manera estos programas apoyan la construcción de sus identidades como jóvenes? Queda abierto el camino para nuevos estudios que indaguen sobre estas y otras preocupaciones. Por el momento, la comunicación estudiantil en general se fortalece con el trabajo voluntario de cientos de personas jóvenes, quienes aprenden cada día sobre sí mismas y su entorno, a la vez que comparten experiencias y conocimientos.

Reconocimientos

El autor desea dejar constancia de la colaboración de diversas personas, estudiantes, asistentes y voluntarias, gracias a las cuales fue posible completar el proyecto de investigación citado en este artículo: Gustavo Abarca, Luis Esteban Aguilar, Adrián Aguilar, Noelia Alfaro, Ana Catalina Amador, Mario Angulo, Alex Corella, Carol González, César Gutiérrez, Melissa

Lizano, Rebeca Mora, Jarmon Noguera, Gloriana Rodríguez, Gastón Sáenz, Juan Valverde, Néstor Villalobos y Sofía Yglesias, estudiantes del curso CC-3018 Radio de la carrera de Comunicación en el 2007. De igual manera, Karina Castro, Esteban Chaverri, Marvin Coto, Gloriana Jiménez, Susana Monge, Luis Paulino Salas y María Fernanda Torres Varela, participantes en el Proyecto CONTRASTES en el 2006, así como Ivannia Mena Cascante, de la carrera de Orientación, Simone Martin Sillavi, Diego Castro e Ivón Carballo de la carrera de Comunicación, del 2007 al 2008.

Referencias bibliográficas

- Araya Rivera, C. (2009). *Informe final del Proyecto de Investigación N°212-A6-092 Análisis de audiencia de programas radiofónicos estudiantiles*. San José: Universidad de Costa Rica, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.
- Araya Rivera, C. (2005). *Manual de Producción Radiofónica Estudiantil*. Inédito. San José: Universidad de Costa Rica, Posgrado en Comunicación.
- Araya Rivera, C. (2004). "Cómo planear un programa de radio". En: *Revista Educación*, Universidad de Costa Rica, Volumen 28, N°1, 2004.
- Araya Rivera, C., y F. Montero Bolaños. (1997). *La producción de una radio-revista como espacio de práctica para los estudiantes de Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica*. Tesis de Licenciatura. San José: Universidad de Costa Rica, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.
- Fougeyrollas, P. (1984). *Ciencias Sociales y marxismo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Sauls, S. J. (2000). *The culture of American College Radio*. Ames: Iowa State University Press.

Van der Graaf, L. (2001). *Radios Estudiantiles Europeas: Análisis comparativo de emisoras estudiantiles en Francia, Gran*

Bretaña, Bélgica y España. San José: Universidad de Amsterdam, Universidad de Costa Rica, Radio U.