

HÁBITOS DE ESTUDIANTES

universitarios en el uso de la radio

*Iris Rosario Bernal Antúnez
José Luis Maldonado Gómez
Martha Ileana Valdez Ortiz
Alexandra Rodríguez Landavazo
José Alejandro Álvarez Valencia*

RESUMEN

De acuerdo con el INEGI (2011), en México, 81% de los hogares cuenta con radio, pero en algunos estados de la República Mexicana “es el único medio de comunicación alternativa para la sociedad en su ámbito de influencia” (Vázquez, 2012). Por otra parte, en el ámbito académico la radio es una herramienta que ha ayudado a desarrollar ciertas fases de la enseñanza y el aprendizaje por su inmediatez, heterogeneidad de la audiencia, fugacidad, credibilidad y el bajo costo. De ahí la importancia de estudiar los hábitos que los jóvenes universitarios tienen respecto al uso de la radio, que al mismo tiempo es el objetivo de esta investigación, realizándose de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para el levantamiento de datos, se adaptó el cuestionario de la Asociación de Radiodifusoras del Valle de México (Sánchez, 2006), aplicado a la población de alumnos del ICESA de la UACJ. Entre los

hallazgos encontrados, de los 250 participantes 70.4% son mujeres, 98.4% sí escucha la radio, 59.6% escucha menos de una hora y 64.4% escucha la radio en su automóvil, entre otros. Se encontró una correlación entre algunas preguntas y las variables sociodemográficas, y se efectuó un comparativo entre los resultados de esta investigación y los de la Asociación de Radiodifusoras del Valle de México. Se concluye que es trascendental que la radio esté en constante renovación, en cuanto a contenido y cambios tecnológicos, ya que con ello se cubrirían las necesidades de los radioescuchas y con ello, se mantendría la audiencia de las estaciones de radio.

Palabras clave: radio, estudiantes universitarios, UACJ.



INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos en el campo de las TIC, han permitido que la radio haya experimentado un crecimiento, principalmente por el surgimiento de internet, que ha forzado a desarrollar nuevas formas de creación, emisión y difusión de los contenidos (Perona, 2009). La radio, que hizo posible la transmisión de mensajes sin que hubiera cables de por medio, que en sus inicios era principalmente para fines militares, es definida como “un medio de comunicación que necesita de una infraestructura tecnológica para poder ser, es un medio inalámbrico que envía señales sonoras a distancia” (Tapia, 2003).

En México, según datos del INEGI (2011), 81% de los hogares cuenta con radio, mientras que 19% no tiene un aparato de este tipo. En relación al estado de Chihuahua, 84.5% cuenta con dicho medio a diferencia de 15.5% que no posee ningún aparato.

En la ciudad de México existen 52 radiodifusoras que son sintonizadas por 11 821 937 personas, que eligen entre un millar de programas disponibles las 24 horas (Asociación de Radiodifusoras del Valle de México, 2006).

En 1923, una emisora oficial del gobierno de Chihuahua emitía contenidos de tipo cultural. A finales de los años setenta comenzaron a surgir emisoras indigenistas, comunitarias, educativas, culturales y experimentales. En el año de 1983 nace el Instituto Mexicano de la Radio bajo una crisis de credibilidad de este medio de comunicación masiva. En 1990, existían en México 1003 estaciones, donde 88% pertenecía al servicio privado. Para 2011, las radiodifusoras privadas representan 81% de 1905 que existen en total y que cubren 13 de las ciudades más grandes, mientras que 19% restante cubre servicio social; dentro de

este rubro está la Radio Universitaria, que representa 4% y que en algunos estados de la República Mexicana “es el único medio de comunicación alternativa para la sociedad en su ámbito de influencia” (Vázquez, 2012).

En el contexto académico, la radio, al igual que la televisión y el cine, han sido herramientas que han ayudado a desarrollar ciertas fases de la enseñanza y el aprendizaje. En el caso particular de la radio, ésta tiene características como la inmediatez, heterogeneidad de la audiencia, fugacidad, credibilidad y bajo costo, que han favorecido la creación de una emisora propia por parte de las instituciones de educación superior (Perona y Barbeito, 2007).

La creación de emisoras dentro de las instituciones educativas de nivel superior, según Perona y Barbeito (2007), ayudaría a desarrollar entre los estudiantes los siguientes aspectos:

- Fomentar y reforzar el trabajo en equipo.
- Potenciar la iniciativa y la capacidad creadora del profesorado involucrado en el proyecto.
- Mejorar la expresión oral y escrita entre los estudiantes.
- Favorecer la integración del alumno a su entorno.
- Desarrollar una manera de educar: activa, democrática, crítica y solidaria.
- Dinamizar la comunicación entre la comunidad escolar.

Por ello, es importante estudiar los hábitos que los alumnos universitarios tienen en el uso de la radio, ya que en la actualidad ésta tiene sintonía por internet y es un instrumento para la socialización educativa entre la comunidad universitaria.

OBJETIVOS

Determinar los hábitos respecto al uso de la radio en estudiantes universitarios de Ciudad Juárez, Chihuahua, en función a qué dispositivo electrónico utilizan para sintonizarla, así como lugares, horarios y motivos.

METODOLOGÍA

La metodología que se siguió fue la de la investigación de mercados, que es la “identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación, resolución de problemas y oportunidades de mercadotecnia” (Malhotra, 1997), siendo un estudio no experimental, descriptivo, cuantitativo y transversal, ya que busca describir tendencias de un grupo o población (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Para el levantamiento de datos, se utilizó un cuestionario realizado por la Asociación de Radiodifusoras del Valle de México (Sánchez, 2006), el cual fue adaptado al contexto cultural de la población de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

La población de estudio son alumnos del ICSA de la UACJ, con una muestra no probabilística de 250 jóvenes de diferentes programas académicos.

RESULTADOS

En la descripción general de la muestra de 250 estudiantes universitarios, se encontró que 70.4% son mujeres y 29.6%, hombres. El rango de edad máxima es de 30 años y la mínima, de 18, con una media de 20.76 años. Además, cursan los programas aca-



démicos de Administración de Empresas (38.8%), seguidos por los de Turismo (24%) y Contabilidad (14%), estando 50.8% en nivel intermedio y 31.6%, en nivel principiante.

En relación a si escuchan la radio, 98.4% respondió que sí, mientras que 1.6% dijo que no. En referencia a cuál es la frecuencia de su preferencia, 97.6% manifestó que FM, mientras que 1.2% dijo que AM.

Para saber a qué hora del día sintonizan la frecuencia de su preferencia, se les preguntó: “¿En qué horario escucha la radio?”, encontrando que 47.2% lo hace en la tarde, seguido por quienes lo hacen durante la mañana (35.6%) y durante la noche (15.6%). Asimismo, se deseaba saber qué tiempo dedican a escuchar la radio, a lo que los resultados arrojan que 59.6% dispone de menos de una hora y 34.8%, de 2 a 4 horas.

Para conocer con qué captan la frecuencia de su preferencia, se les cuestionó: “¿Qué dispositivo electrónico utiliza para sintonizarla?”, dando como resultados que 63.6% lo hace por la radio (aparato denominado con el mismo nombre), seguido de quienes usan un celular (28.8%).

En los resultados relacionados a la interrogante: “¿Dónde escucha la radio?”, 68.8% lo hace en el hogar, seguido por quienes lo hacen en la escuela (16.8%) y en su trabajo (12.8%). De igual manera, se buscó conocer cómo sintonizan su frecuencia de radio preferida al trasladarse de un lugar a otro, cuestionándoles: “¿Cuál medio de transporte utiliza para escuchar la radio?”, encontrando que 64.4% mencionó que el automóvil y 28.8%, el autobús.

En relación al cuestionamiento: “¿Cuál estación es la de su preferencia?”, los resultados muestran que 45.2% escucha EXA 98.3; 23.6%, Planeta 103.5; y 13.2%, KLAQ 95.5. Asimismo, para conocer la causa de dicha elección, se les preguntó: “¿Por qué motivo escucha di-

cha estación?”, mostrando los resultados que 67.2% la eligió por el tipo de música, mientras que 20% contestó que simplemente porque le gusta.

Sobre el tipo de género musical de su preferencia, se les cuestionó: “¿Qué género musical escucha en su estación preferida?”, proyectando como resultados que 54% escucha pop; 23.6%, rock y 14%, regional mexicano. En referencia al tipo de música, se indagó la causa, preguntándoles: “¿Por qué motivo escucha ese género musical?”, encontrando que 73.2% dijo que simplemente por gusto, seguido por quienes eligieron el tipo de música (10.4%) y los que manifestaron que porque los relaja (4.8%).

En la búsqueda por determinar si existe una relación entre las variables sociodemográficas y las preguntas, se efectuaron pruebas estadísticas de tabulación cruzada (chi cuadrado de Pearson). La tabla 1 muestra que la variable sociodemográfica de género tiene una relación significativa con la pregunta: “¿Qué género musical escucha en su estación de preferencia?”, con chi cuadrado de 0.000.

En la tabla 2, los resultados de las pruebas estadísticas sobre la variable de edad con las preguntas, nos muestran que hay una relación significativa de chi cuadrado de 0.000 en nueve casos: ¿Escucha la radio?, ¿Cuál es la frecuencia de su preferencia?, ¿En qué horario escucha la radio?, Tiempo aproximado que le dedica a esta actividad, ¿Qué dispositivo electrónico utiliza para sintonizarla?, ¿Dónde escucha la radio?, ¿Cuál otro

Tabla 1. Relación significativa de chi cuadrado entre variables sociodemográficas y preguntas.

VARIABLE SOCIODEMOCRÁFICA	PREGUNTA CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
Género	• ¿Qué género musical escucha en su estación preferida?	0.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Relación significativa de chi cuadrado entre variables sociodemográficas y preguntas.

VARIABLE SOCIODEMOCRÁFICA	PREGUNTA CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
Edad	• ¿Escucha la radio?	0.000
	• ¿Cuál es la frecuencia de su preferencia?	0.000
	• ¿En qué horario escucha la radio?	0.000
	• Tiempo aproximado que le dedica a esta actividad.	0.000
	• ¿Qué dispositivo electrónico utiliza para sintonizarla?	0.000
	• ¿Dónde escucha la radio?	0.000
	• ¿Cuál otro medio de transporte utiliza para escuchar la radio?	0.000
	• ¿Cuál estación es la de su preferencia?	0.000
	• ¿Qué género musical escucha en su estación de preferencia?	0.000

Fuente: elaboración propia.



medio de transporte utiliza para escuchar la radio?, ¿Cuál estación es la de su preferencia? y ¿Qué género musical escucha en su estación de preferencia?

Los resultados encontrados en la tabla 3 de las tabulaciones cruzadas entre la variable de programa académico y las preguntas, muestran que existe una relación significativa de chi cuadrado de 0.001 con la cuestión: “¿Por qué motivo escucha dicha estación?”; de igual forma, con la interrogante: “Tiempo aproximado que le dedica a esta actividad”, con un puntaje de 0.002; y por último, con las preguntas: “¿Escucha la radio?” y “¿Cuál otro medio

de transporte utiliza para escuchar la radio?”, con una correlación de 0.003.

De igual forma, en la tabla 4 se incluyen pruebas estadísticas de chi cuadrado de Pearson entre las preguntas, para conocer si existía alguna correlación, arrojando como resultados 24 cruces de relaciones significativas.

Las pruebas estadísticas de chi cuadrado entre preguntas muestran que existe relación entre dos grupos: uno integrado por cuatro preguntas (¿En qué horario escucha la radio?, ¿Dónde escucha la radio?, ¿Por qué motivo escucha dicha estación? y ¿Cuál es la frecuencia de su preferencia?) y otro integrado por

seis (Tiempo aproximado que le dedica a esta actividad, ¿Qué dispositivo electrónico utiliza para sintonizarla?, ¿Cuál otro medio de transporte utiliza para escuchar la radio?, ¿Cuál estación es la de su preferencia?, ¿Qué género musical escucha en su estación preferida? y ¿Por qué motivo escucha ese género musical?), teniendo un puntaje de 0.000 en todos los casos.

DISCUSIÓN

En la comparación del estudio efectuado por la Asociación de Radiodifusoras del Valle de México (2006), se observa que en estudiantes universitarios de Ciudad Juárez, los que mayormente escuchan la radio son aquellos que tienen 20 años (26%), lo cual entraría dentro del rango de 18 a 24 años (55.3%), que mayormente lo hace en la ciudad de México.

Respecto al tiempo que escuchan la radio en Ciudad Juárez, 59.6% lo hace durante menos de una hora, en contraste con las 2 horas de los radioescuchas de la ciudad de México cuando están en el hogar.

En relación a dónde escuchan más la radio al trasladarse de un lugar a otro, los resultados arrojan que en esta frontera 64.4% lo hace en su automóvil, a diferencia de 36% de los de la capital del país. Otro medio de transporte donde sintonizan la radio es el autobús: 28.8% de los fronterizos contra 33% de los defechos.

En referencia a por qué motivo escuchan la radio, se encontró que los alumnos juarenses lo hacen para escuchar música (62.2%), mientras que los capitalinos lo hacen por entretenimiento (20%).

CONCLUSIONES

Con base en los resultados encontrados en el presente estudio, se puede afirmar que se determinaron los hábitos respecto al uso de la radio en estudiantes universitarios de Ciu-

Tabla 3. Relación significativa de chi cuadrado entre variables sociodemográficas y preguntas.

VARIABLE SOCIODEMOCRÁFICA	PREGUNTA CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
Programa académico	• ¿Escucha la radio?	0.003
	• Tiempo aproximado que le dedica a esta actividad.	0.002
	• ¿Cuál otro medio de transporte utiliza para escuchar la radio?	0.003
	• ¿Por qué motivo escucha dicha estación?	0.001

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Relación significativa de chi cuadrado entre variables sociodemográficas y preguntas.

PREGUNTA CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO	
¿En qué horario escucha la radio?	0.000	
¿Dónde escucha la radio?	• Tiempo aproximado que le dedica a esta actividad.	0.000
	• ¿Qué dispositivo electrónico utiliza para sintonizarla?	0.000
¿Por qué motivo escucha dicha estación?	• ¿Cuál otro medio de transporte utiliza para escuchar la radio?	0.000
	• ¿Cuál estación es la de su preferencia?	0.000
¿Cuál es la frecuencia de su preferencia?	• ¿Qué género musical escucha en su estación preferida?	0.000
	• ¿Por qué motivo escucha ese género musical?	0.000

Fuente: elaboración propia.



dad Juárez, Chihuahua, en función a qué dispositivo utilizan para sintonizarla, así como lugares, horarios y motivos, ya que se encontró que de 250 participantes, 98.4% escucha la radio y que 97.6% lo hace en la frecuencia FM.

La mayoría de estos usuarios escucha la radio por la tarde (47.4%), durante menos de una hora (59.6%) y principalmente en su hogar (68.8%), mencionando que cuando se trasladan la escuchan en su automóvil (64.4%), usando mayormente el dispositivo de la radio para hacerlo (63.6%).

En cuanto a la estación de su preferencia, se encontró que 45.2% escucha EXA 98.3 por el tipo de música (67.2%); además, en relación al género musical de su preferencia, 54% prefiere el pop porque le gusta (73.2%).

En el análisis efectuado entre los resultados de este estudio y la investigación de la Asociación de Radiodifusoras del Valle de México (2006), se puede concluir que la radio sigue siendo un medio de comunicación masiva muy importante dentro de las nuevas generaciones, ya que, a pesar de los avances tecnológicos, prefieren recurrir a medios de difusión de fácil accesibilidad y variabilidad de contenido, aunado a las ventajas y desventajas que muestran hacia otros medios.

Asimismo, es trascendental que la radio esté en constante renovación, en cuanto a contenido y cambios tecnológicos, ya que con ello se cubrirían las necesidades de los radioescuchas en lo que desean escuchar y así mantener su audiencia, considerando que en Ciudad Juárez, Chihuahua, existe una ventaja menor que en otras partes de la República Mexicana por la sintonía de estaciones de radio de Estados Unidos, que son una fuerte competencia.

Por lo tanto, es importante que los contenidos de los programas de las estaciones de radio sean formados de manera

innovadora y buscando atraer la atención no solamente de su audiencia, sino de la que todavía no lo es.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Radiodifusoras del Valle de México (2006). *Percepción de la radio*. México: Asociación de Radiodifusoras del Valle de México.
- Hernández Sampieri, R., C. Fernández Collado y M. D. Baptista Lucio (2010). *Metodología de investigación*. México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2011). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Disponible en: www.inegi.org.mx: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tinf236&s=est&c=26495>
- Malhodra, N. K. (1997). *Investigación de mercados. Un enfoque práctico*. Estado de México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Perona, J. J. (2009). "Eduwebs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios". *Científica de educucomunicación*, 107-114.
- Perona Páez, J. J. y M. Barbeito Veloso (2007). "Modalidades educativas de la radio en la era digital". *Comunicación y nuevas tecnologías*.
- Sánchez Abbott, K. (2006). *Estudio de hábitos de escuchar la radio fuera del hogar*. México: Asociación de Radiodifusoras del Valle de México.
- Tapia Marín, D. (2003). Tesis de licenciatura. "Restos y perspectivas de la radio universitaria de cara al siglo XXI". *Deporte, cultura y comunicación*.
- Vázquez Guerrero, M. (2012). Tesis doctoral. "La radio universitaria en México y España". Universidad de Colima.

