

TITULO: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS EN LA PROMOCIÓN DE VALORES Y CULTURA UNIVERSITARIA

Autor: Mtra. María Cristina Reyes Montes

Coautor: Mtro. José Antonio O'Quinn Parrales

La ausencia de trabajos de investigación que permitan analizar la frecuencia con la que los estudiantes universitarios consumen tres de los principales medios de comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), UniRadio, UAEM TV y la revista Valor Universitario, fue una de las motivaciones principales para la realización de este trabajo.

La parte metodológica del estudio contempló la utilización del método hipotético deductivo, es decir a partir de la observación de un fenómeno y la formulación de una hipótesis que se contrastó con un instrumento metodológico a través de la aplicación de una encuesta, a partir de la cual se obtuvieron las premisas necesarias para corroborar o no el planteamiento hipotético que se estableció en esta investigación.

Cabe mencionar que la hipótesis central de este trabajo de investigación radica en la importancia de los medios de comunicación universitarios no solo como difusores y promotores de las actividades de carácter académico de la universidad, sino que emergen y se constituyen como fuentes de difusión y promoción de la cultura, la participación ciudadana y la participación política de los profesores y los alumnos de la UAEMéx.

Las preguntas eje bajo las que se elaboró esta investigación trataron de responder a los siguientes cuestionamientos: ¿A través de qué medio de comunicación se informan los profesores y los estudiantes de la UAEMéx sobre lo que ocurre en su universidad? ¿Cuál es el nivel de penetración de UniRadio, UAEM TV y la revista Valor Universitario en la comunidad universitaria? ¿Qué medios de comunicación universitarios son los más consultados? y ¿Es necesario ampliar la oferta de medio de la UAEMéx?

Aunado a las preguntas anteriores y dentro de la construcción del cuestionario que sirvió como instrumento metodológico para la aplicación de una encuesta

realizada a 65 profesores de tiempo completo y 177 alumnos de tres facultades de la UAEMéx, se preguntó sobre la frecuencia con la que los alumnos y los estudiantes de la institución sintonizan o leen UniRadio, UAEM TV o la revista Valor Universitario.

Además del consumo y la frecuencia con la que miembros de la UAEMéx sintonizan o leen UniRadio, UAEM TV o la revista Valor Universitario se decidió preguntar sobre la preferencia programática o de contenido de cada uno de los medios, así como la forma de sintonizar cada uno de ellos.

El objetivo de preguntar sobre el consumo, la frecuencia, así como la preferencia de los programas o secciones de UniRadio, UAEM TV y la revista Valor Universitario pretende identificar cuáles son los temas de interés a través de los cuales se puede llegar a una mayor audiencia y utilizar programas o secciones para involucrarlos con la promoción de los valores y la cultura universitaria de la UAEMéx.

El trabajo de investigación se encuentra estructurado en tres apartados: El primero de ellos consta de una revisión de los antecedentes de la educación superior en México, las funciones de las universidades, así como el proceso de autonomía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx).

En la segunda parte de la investigación se brinda un panorama general sobre la importancia de la participación ciudadana, así mismo se retoman algunos de los antecedentes que permitieron la creación y consolidación de UniRadio, UAEM TV y la revista Valor Universitario.

Por último se analizan los resultados más sobresalientes del estudio de caso que se obtuvieron a partir de la encuesta aplicada a profesores de tiempo completo y alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Odontología y Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma del Estado de México.