

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
ESPECIALIDAD EN GÉNERO, VIOLENCIA Y POLÍTICAS
PÚBLICAS**

TÍTULO DE PROYECTO TERMINAL

“Recuperar las voces de las juventudes con perspectiva de género
en XHUAX 99.7 de FM UNIRADIO”

QUE PARA OBTENER EL DIPLOMA DE **ESPECIALISTA EN
GÉNERO, VIOLENCIA Y POLÍTICAS PÚBLICAS**

PRESENTA

Natali Ixchel Téllez Colín

DIRECTORA/TUTORA ACADÉMICA

Dra. Natalia Ix-Chel Vázquez González

CO-DIRECTORA/TUTORA ADJUNTA

Dra. Anaid Pérez Moteagudo

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, ENERO, 2024
ESPECIALIDAD EN GÉNERO, VIOLENCIA Y POLÍTICAS PÚBLICAS



Índice

1. Introducción	3
2. Marco Conceptual	4
2.1 Perspectiva de Género en los Medios de Comunicación.	4
2.2 La incorporación de la perspectiva de género en las radios universitarias	6
2.3 Juventudes	8
2.4 Juventudes y consumo	12
3. Justificación	13
4. Diagnóstico	14
4.1 UniRadio:	14
4.2 Diseño metodológico:	20
4.3 Campus de Ciudad Universitaria, Colón y la Escuela de Artes Escénicas:	22
4.5 Campus el Cerrillo	32
4.6 Grupo Focal UniRadio	37
4.7 Conclusiones	38
4.8 Árbol de problemas	40
4.9 FODA	41
5. Propuesta	41
5.1 Propuesta de Productos Radiofónicos para la campaña “Queremos escucharte”	42
5.2 Propuesta de Productos Radiofónicos para la campaña “Hoy vengo a hablar de...”	44
5.3 Guión cápsulas:	44
5.4 Evaluación de la propuesta	45
7. Fuentes de información	51
8. Anexos	53

1. Introducción

“El mundo de los otros, de los adultos, es extraño y complejo, como una galaxia lejana”

-Benito Taibo.

Las juventudes universitarias actualmente encuentran que existe un distanciamiento con los medios de comunicación tradicionales¹ que continúan mirándoles desde el adultocentrismo² a través de estereotipos de género y que continúan legitimando desigualdades de género a través de la violencia simbólica entre hombres, mujeres y la comunidad diversa.

Ellas y ellos, actualmente buscan espacios en donde puedan ver, leer y escuchar temas vinculados a sus cotidianidades y con su formación profesional, buscan contenidos en se encuentran representadas y representados, principalmente construyen estos espacios a través de sus redes sociales y plataformas de *streaming* donde pueden “educar” a sus algoritmos para de esta forma sus voces sean escuchadas.

A lo largo de este trabajo, se ha encontrado que estos espacios son plurales, como sus voces, e interseccionales, como sus realidades, encasillarlas en una sola forma de ser joven para de esta forma tratar de generar contenidos que les interese sería un error, necesitamos escucharlas de manera activa y verlas como audiencias activas para de esta forma acompañarlas en su quehacer cotidiano.

La radio es un medio que puede permitir a las juventudes tener un espacio en donde se vea reflejada su voz y puedan formar parte de ella, es decir, que dejen de ser espectadoras para ser protagonistas a través de las radios universitarias.

El objetivo de este trabajo es recuperar las voces de las juventudes universitarias con perspectiva de género en XHUAX 99.7 de FM UniRadio de la Universidad Autónoma

¹ Por medios tradicionales entendemos que son aquellos que no se encuentren en formatos digitales, como: periódicos impresos, radio en AM y FM y televisión abierta o por cable, ya que actualmente ya por plataformas como TUDN, iHeart radio, Vix, entre otras, muchos de estos medios se pueden consumir vía internet.

² “Desde esta mirada se refuerza la idea de pensar lo social desde lo adulto, señalando lo juvenil — aquello que vive la juventud— siempre en referencia al parámetro de medida central que es lo adulto. Así lo juvenil pierde importancia en sí mismo, y siempre será evaluado en función de lo que el mundo adulto ha parametrado como lo que debe ser” (Duarte, 2000:s/p).

del Estado de México, con el propósito de que ellas y ellos encuentren un espacio en donde puedan verse representados, representadas y representades.

A lo largo de este trabajo, se han escuchado a juventudes universitarias y lo que se ve reflejado en estas líneas son sus voces, sus vivencias y sus experiencias, ya que ellas, ellos y ellos, nos han enseñado que la juventud no es una etapa de la vida del ser humano, sino como lo dice Taylor Swift “*scary news is you’re on your own now. But the cool new is, you’re on your own now*”, es decir, que no importa las adversidades, ellas seguirán luchando, por ejemplo, desde la medicina o el diseño industrial, para hacer de este país un lugar diverso, igualitario y empático que respete la pluralidad.

2. Marco Conceptual

2.1 Perspectiva de Género en los Medios de Comunicación.

Los medios de comunicación tienen gran responsabilidad con las audiencias para lograr erradicar la violencia de género, principalmente la violencia contra las mujeres y las niñas, así como la preservación de los derechos humanos, ya que “al constituirse como una fuente de educación para la sociedad, al lado de la familia y de la escuela, tiene una tarea central en la búsqueda de soluciones” (Vega, 2010a:307), es por ello que organismos nacionales e internacionales se han dado a la tarea de hacer recomendaciones para que los medios dejen de reproducir estereotipos de género en su contenidos.

Durante la década de los 70’s, surgieron las primeras agrupaciones feministas que desde su actuar político “comenzaron a plantear la necesidad de colocarse a sí mismas como sujetos de investigación [...] y el análisis de su rol en la sociedad [...] Estos primeros estudios son llamados de mujeres, y no de género, porque el sujeto de análisis son las mujeres, no se avanza en una comparación con el enfoque de género aplicado también a los varones” (Chaher, 2007: 95).

En este sentido, se comienza a cuestionar el rol de las mujeres en la sociedad, principalmente en su representación, de acuerdo con Aimée Vega (2007) y Cristina Sánchez(2001) encuentran que el trabajo de Betty Friedan “es uno de los primeros en evidenciar que los medios de comunicación coadyuvaban en la visión estereotipada de las mujeres al reproducir el discurso -a través de series y programas de

entretenimiento- que su deber era el asumir el primer mandato, común a todas, de ser madres y esposas” (Vega, 2007:131).

“La Mística de la Feminidad” llama a la insatisfacción de las mujeres como *el mal que no tiene nombre* y este responde a la “promoción de una «nueva mujer» que sabe apreciar la grandeza de ser esposa y madre de familia y no aspira a ser una profesional con una carrera y con ambiciones propias” (Sánchez, 2001:91). Este trabajo de Betty Friedan marca un antes y un después dentro del movimiento feminista, ya que es ella quién a través del periodismo, en el cual encuentra que la construcción de lo femenino “responde a un ideal que parecía haber quedado arrumbado en épocas precedentes. De manera que es éste el único país [...] en que la proporción de mujeres que acceden a la educación superior disminuye en el periodo que va de los años cuarenta a los años sesenta” (Sánchez, 2001:90). Estos antecedentes marcaron dentro de la agenda feminista la incursión de las mujeres dentro de los medios de comunicación como un elemento imprescindible para lograr la representación y la equidad de género entre hombres y mujeres.

Posteriormente, los años 90 marcan un cambio de paradigma en el conocimiento que también atraviesa al movimiento feminista; la transmodernidad y los ciberfeminismos lograron incorporar a los medios de comunicación dentro de la Conferencia de Beijing en 1994, ya que ante la falta de representación de las mujeres en las narrativas mediáticas, se incorpora la sección J de la plataforma, la cual exhorta a los países a generar mecanismos que contribuyan a erradicar la violencia hacia las mujeres y las niñas para promover la igualdad de género entre hombres y mujeres³.

En este proyecto se considera que, la plataforma es un parteaguas muy importante respecto a la incursión de las mujeres dentro de los medios de comunicación porque reconoció a la comunicación como una de las doce áreas críticas para la erradicación de la violencia de género contra las mujeres.

Ante estos aportes, es fundamental enfatizar que para lograr una comunicación de género o una comunicación violeta que permita la representación de las mujeres libre de estereotipos, sexismo y violencia, debe reconocerse el derecho humano a la

³ En el caso específico de México la Ley General de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia que reconoce en su artículo 20 a la violencia digital y mediática como una modalidad de la violencia; además de que en los artículos 38, 41, 42 y 48 se reconoció como una responsabilidad del Estado vigilar y sancionar a los medios de promover contenidos que promuevan estereotipos entre hombres y mujeres. De igual forma, el Instituto Federal de Telecomunicaciones reconoce a la igualdad de género como un derecho de las audiencias y más recientemente, la promulgación de la Ley Ingrid.

comunicación; como lo apunta Aimée Vega “un derecho esencial y base para la realización de los otros, pues la libertad, la equidad, la igualdad, la solidaridad, la inclusión, la diversidad, la universalidad y la participación se encuentra directamente ligados a las posibilidades de la comunicación” (2010,s/p)

Poner al centro este derecho permite reflexionar la importancia que tienen los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género en todas sus expresiones y generar otras narrativas mediáticas que fomenten una comunicación violeta⁴en donde nos encontremos todas, todos y todes.

2.2 La incorporación de la perspectiva de género en las radios universitarias

Las Universidades, a través de sus medios de comunicación internos, pueden ser un parteaguas para la difusión de contenidos que abonen a la construcción de sociedades más justas e igualitarias para todas, todos y todes.

La Radio Universitaria debe de incorporar narrativas mediáticas con perspectiva de la de género y de juventudes, ello inciden en colorar en el centro el derecho humano a la comunicación en tanto se recuperan las voces de las juventudes, de las mujeres y de las diversidades.

Para fines de este proyecto se entiende que la radio universitaria es “un espacio de difusión en que por medio de la cultura, la educación y la investigación, las universidades se apropian de un lenguaje y una narrativa radial para difundir y propagar una visión del mundo y del entorno social en el cual se desarrollan” (Barrios,2012: 69), aunado a esto, es un medio que difunde el quehacer universitario para su comunidad (profesorado, el alumnado y el personal administrativo⁵) y la sociedad en general, no solo debe de ser un espacio que posicione el discurso institucional de las universidades por lo que debe de recuperar a las necesidades sociales del entorno social inmediato.

⁴ Por comunicación violeta, para fines del presente trabajo, se entiende aquella comunicación que busca deconstruir los discursos para detectar diversas discriminaciones desde el lenguaje y narrativas que pueden violentar los derechos humanos de mujeres, hombres y personas de la diversidad sexual.

⁵ Se enuncia de esta manera los tres sectores porque son los que existen dentro de la UAEMÉX.

Radio UNAM, fue la primera estación de radio universitaria en México, nació el 14 de junio de 1937 durante el gobierno de Lázaro Cárdenas en un contexto social importante y desde su inauguración “el tipo de contenido emitido por Radio UNAM se siguió por muchos años y aún prevalecen, sobre todo en los formatos y el tipo de programación: predominio de música clásica o ritmos no comerciales; programas de corte cultural o académico, locutores serios y cultos y sin continuidad de mensajes o avisos” (Vázquez, 2012:160) a pesar de que actualmente, ha diversificado sus contenidos aún se replica su modelo en otras radios universitarias.

Cabe mencionar que, en 1972 Radio UNAM “dio inicio lo que considero fue la primer actividad radiofónica que se refirió a los feminismos: *El foro de la Mujer*, emitido en su frecuencia , producido y conducido por la poeta, crítica de arte y escritora italoguatemalteca Alaíde Foppa [...] Los programas tenían una duración de 15 minutos y una vez estructurados salían al aire los sábados por la mañana”(Lau,2019:s/p) se hace mención de este programa porque interesa visibilizar que los contenidos feministas y con perspectiva de género han existido desde hace varios años en las narrativas radiofónicas universitarias en nuestro país, dejando evidencia que es la radio universitaria pionera en este tipo de contenido y por lo tanto es necesario incentivar a que estas sean reforzadas.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) señala que “durante la primera década del siglo XXI en el país operaban alrededor de 50 estaciones de radio universitarias” (UAEMéx 2021: 25) lo que da cuenta que, a pesar de los retos a los que se han enfrentado como los recortes presupuestales, las radios universitarias continúan siendo un referente a nivel nacional.

La radio universitaria es un medio de comunicación que no solo debe acercarse a la comunidad académica sino a la sociedad en general; sin embargo, se puede observar que existe un distanciamiento importante entre la radio universitaria y el consumo de esta por parte de las juventudes, a consecuencia de las prácticas socioculturales de las juventudes y del propio desanclaje del que habla Martín-Barbero (2014). El proceso de desanclaje se observa cuando en la radio universitaria no hay narrativas y contenidos en sus barras programáticas que recuperen las voces, intereses y consumos de las juventudes universitarias. Ello deriva en poco interés o relevancia para ellas, ellos y ellos.

Asimismo, cabe destacar que las plataformas digitales han ido evolucionado con la forma en que son consumidas, un ejemplo de ello, es Spotify en México⁶, ya que de acuerdo con Cristina Sansen, Communication Lead de Spotify México, las preferencias dentro de esta plataforma han evolucionado a lo largo de 10 años, cuando Spotify llegó al país “el 60 por ciento de la música que se escuchaba sonaba en inglés [...] ahora más del 70 por ciento de todos los *streams* que tenemos en Spotify México son canciones en español, incluso el 90 por ciento de estas canciones, de las que lideran el top 100 en México, es música en nuestro idioma (español). Ese es un cambio tremendo en la forma en que consumimos la música” (Zerón et., 2023), esto nos indica que con el paso del tiempo los consumos de las audiencias van evolucionando, es decir, que la música es cambiante, no de un año a otro, sino que puede cambiar de una semana a otra.

Por ello, la radio universitaria debe buscar estrategias que permitan generar interés y crear contenido con perspectiva de género y de juventudes para de esta forma lograr transversalizar su contenido; abrir las puertas a las actividades estudiantiles e instalar narrativas diversas, plurales y distintas que formen parte de la vida cotidiana de la comunidad universitaria⁷ y de la sociedad en general.

2.3 Juventudes

*“Y en la cabeza, tenía la voz de mi viejo
Que me sonaba como un rulo de tambor
Vos, mejor que te afeites,
mejor que madures
mejor que labures
Ya me cansé de ser tu fuente de dinero
Voy a ponerte esa guitarra de sombrero...”
Los Auténticos Decadentes.*

⁶ Se hace referencia a esta plataforma porque durante en el diagnóstico fue mencionada como la plataforma de streaming más consumida por las juventudes universitarias.

⁷ Por comunidad universitaria se considera a los tres sectores de la UAEMéx (alumnado, profesorado y personal académico).

Martin Barbero (2014) afirma que los jóvenes tienen una geografía diferente marcada por su música, por sus intereses, redes y movimientos. Algo que ha marcado la identidad y los consumos culturales de las juventudes es la música, ese espacio en donde ellas, ellos y ellos pueden encontrar una representación de su lugar dentro de la sociedad y que, además, es un medio de expresión que les da agencia.

“La Guitarra” de los Auténticos Decadentes, al igual que otras canciones de bandas y artistas de rock latinoamericano, narra las vivencias que experimentan las juventudes al querer ser guiadas, ya que se considera que su voz es una señal de esperanza para el futuro de las sociedades y es el deber de las y los adultos el guiar su visión en “un país de jóvenes [...] según las elites y los gobiernos son la entidad <<desincorporada>>, a la caza de la sombra de identidad” (Monsiváis, 2005).

La juventud no es tan sólo una etapa de la vida o un grupo social, ni tan sólo un conjunto de actitudes ante la vida, o mucho menos pensarla como la generación futura, o una etapa entrar al mundo adulto (Duarte, 2000). Las juventudes, como categoría heterogénea, porque no hay un sólo modo de ser joven, es en realidad mundo sociales donde la mirada a estos se hace desde una visión adultocéntrica y no desde ellos mismos. Este mundo adultocéntrico es el que marca la pauta desde diversas instituciones que permean la vida cotidiana: la familia, la escuela, la política, la iglesia, la cultura y los medios de comunicación. Que en muchas ocasiones estigmatizan y al mismo tiempo, crean trampas sobre lo que debe de ser y hacer una persona joven.

De acuerdo con Rossana Reguillo (2000), la industria cinematográfica construyó a las y los jóvenes desde una visión temerosa o romántica (dependiendo del contexto) como un “rebelde sin causa” a través de la película protagonizada por James Dean que lleva el mismo nombre. En este sentido, sería importante preguntarnos ¿Quiénes son estos, estas y estes rebeldes sin causa? ¿Son todos iguales? ¿Se pueden encasillar a una definición que nos permita explicar la complejidad de sus identidades? ¿Son las juventudes actoras sociales?

Kludio Duarte (2000) identifica cuatro trampas adultocentrista de concebir lo social y en particular a la juventud:

- **La universalización como homogeneización:** donde pareciera que todos los jóvenes son iguales y por tanto se universaliza.
- **Estigmatización que se hace del grupo social juventud y de sus prácticas y discursos como objetivación invisibilizadora:** es una tendencia a poner etiquetas

negativas a las juventudes que imposibilita reconocer sus capacidades de aporte y quitándole su capacidad histórica de actor social <<son un problema para la sociedad>> La relación que las distingue tienen a la patologización de la juventud.

- **La parcialización de la complejidad social como mecanismo reflexivo:** se visualiza desde la distancia y no se asume la complejidad del mundo juvenil. Es una postura muy maniquea y se niega la posibilidad de convivencias o simultaneidades en la posición que se asume socialmente

- **La idealización de la juventud como objetivación esencialista:** se les atribuye una responsabilidad enorme por que se ven como “los salvadores del mundo” o “los portadores de esperanzas del cambio y la transformación de las distintas esferas de la sociedad”, por el sólo hecho de ser jóvenes.

Sin embargo, si se quiere visibilizar a las juventudes no sólo desde quien las nombra, sino desde ellas mismas, y romper con dichas trampas y contar con acercamientos epistemológicos para aprehender y comprender a las juventudes, se necesita reconocer que éstas son portadoras de diferencias y singularidades que construyen su pluralidad y diversidad en los distintos espacios sociales. Es importante desplegar miradas caleidoscópicas hacia o desde el mundo juvenil que permitan recoger la riqueza de su pluralidad. Formar la vinculación directa e íntima con el mundo juvenil, múltiple y plural, como condición de la generación de conocimiento comprensivo del mismo en una realidad latinoamericana. Por último, superar la rigidez de la mirada mecanicista con la que se etiqueta a las juventudes. Es necesario un acercamiento integrador y de profundo respeto a la complejidad del mundo juvenil.

Desde esta visión adultocéntrica, se conoce a las juventudes desde diversos adjetivos que incluso han estigmatizado a grupos de jóvenes que han cuestionado el mundo adulto en la esfera social. A través de los movimientos estudiantiles que se gestaron a finales de los años 60 's y los años 70' s las juventudes “irrupieron la escena pública contemporánea en América Latina puede ubicarse en la época de los movimientos estudiantiles [...] vinieron a señalar los conflictos no resueltos en las sociedades “modernas” y a prefigurar lo que sería el escenario político” (Reguillo, 2000:s/p). Para Rossana Reguillo (2010) los jóvenes se volvieron visibles gracias a sus protagonismos en el espacio público. La autora reconoce tres momentos “fundacionales” en la emergencia del actor juvenil en el país:

- a) La emergencia de un actor político juvenil “estudiantil”, que formó parte del movimiento del 68.
- b) La emergencia del joven popular urbano, mediante las “bandas juveniles”, hacia principios de los años ochenta.
- c) La emergencia de las “culturas juveniles” que, a través de modos diferenciados de autorreconocimiento y heterorreconocimiento, dieron cuenta de la globalización de las identidades; este “momento” arranca a finales de los ochenta, pero es en los noventa cuando alcanza su punto más alto, tanto en lo académico, como en lo mediático (Reguillo, 2010: 9-10).

Por su parte, Martiza Urteaga (2010) afirma que, en la actualidad, los paradigmas para comprender lo juvenil y su rol participativo en el diseño de sus experiencias cotidianas tienen como características:

1. La importancia de concebir la juventud como construcción social de una fase particular en el ciclo de vida que cambia de forma y de contenido a través del tiempo y del espacio.
2. La juventud como una variable del análisis social no puede ser separada de otras variables, como género, clase, étnica, región, entre otras.
3. La juventud, las relaciones sociales y culturales de los jóvenes merecen ser estudiadas en sus propios términos; esto es, sin perder de vista los aspectos más relevantes y particulares de sus vidas, aquellos que ellos mismos ponen por delante (Urteaga, 2010: 18-19).

Por ello mismo, Mariza Urteaga (2010) plantea la necesidad de ver cómo los actores juveniles están estructurando y reconfigurando, mediante sus prácticas sociales y culturales y representaciones sobre las mismas, nuevas realidades y significados de clase, género, etnia, y cómo éstas estructuran la condición juvenil contemporánea. “La *condición juvenil* [se entiende] como el conjunto multidimensional de formas particulares, diferenciadas y culturalmente “acordadas” que otorgan, definen, marcan, establecen límites y parámetros a la experiencia subjetiva y social de las/los jóvenes (Reguillo, 2010: 41). Por ello, no es unívoca y es siempre el resultado de la articulación compleja de múltiples factores, en los que la cuestión de clase y género constituyen factores estructurantes de esta condición.

2.4 Juventudes y consumo

Para García Canclini, el consumo cultural como interacción social se entiende como “el conjunto de procesos socioculturales donde se realiza la apropiación y usos de los productos” (1999:34) para nuestro desarrollo social y personal y que entra en los procesos de producción y circulación y consumo. Por ello mismo el autor, recuperando a Mary Douglas, afirma que el consumo sirve para pensar y ello permite comprender las maneras complejas, contradictorias en la que las juventudes construyen sus vínculos con las industrias culturales desde sus propios lugares de significación (Reguillo, 2000). Comprender los consumos culturales nos permite construir mapas de los usos y de las significaciones sociales que tienen las juventudes, las nuevas formas de distribución y de geopolíticas en nuestra sociedad, por ello mismo dichos estudios nos permiten democratizar las políticas culturales y de comunicación.

El modo en cómo se relacionan las juventudes con las nuevas tecnologías tienen que ver con lo que, en Comunicación, Martín-Barbero (1987) llama mediaciones, es decir, con las diversas manifestaciones que por sí solos y por las relaciones interpersonales tienen las juventudes como receptores activos, de mediación, entre la cultura y la comunicación. Para Martín-Barbero, los jóvenes viven una especie de comprensión cultural que tiene que ver con los modos de entrelazamiento de diferentes prácticas culturales, esta nueva manera de circular los productos culturales. En esas dicotomías que nos separa radicalmente del consumo de la producción, del ocio y del trabajo, en donde desde el propio ocio también puede haber una dimensión del trabajo, una dimensión de producción, de creatividad que transforma una relación puntual de la gente con las diversas modalidades de la cultura (Martín-Barbero, 2010).

En este sentido, es necesario hacer énfasis que para Martín-Barbero el uso de las tecnologías de la comunicación y su influencia va más allá del discurso de las modernidades ya que puso en el centro entorno “a los modelos de producción que implican a sus modos de acceso, de adquisición y uso” (Reguillo, 1998: 87) actualmente, las tecnologías de la comunicación han cambiado y su herencia en donde actualmente se observa que “las mediaciones que con carácter histórico, permiten explicar tanto el cambio como la continuidad cultural, es decir, como una arena de disputas simbólicas por la transformación y la innovación” (Reguillo, 1998: 88).

Estas mediaciones nos permiten comprender por qué en 2013 escuchábamos música en inglés y actualmente porque el corrido tumbado es el género preponderante en nuestro país, la cultura es dinámica y ésta trastoca los consumos de las audiencias.

Actualmente, las juventudes en sus cotidianidades en los medios digitales crean comunidad porque en estos espacios encuentran “potencialidad política y transgresora” (Medina, 2010:162). Es decir, es en estos espacios donde pueden expresar sus ideas y construyen una performatividad de género convirtiéndose así en actores y actrices políticas que participan activamente de sus contextos. No son audiencias pasivas porque es en estos espacios es donde pueden hacer oír su voz que no está siendo recuperada en los lugares tradicionales.

Cabe señalar que el espacio público, en el que las juventudes universitarias se desenvuelven dentro de las instituciones de educación superior se encuentra institucionalizado; si bien actualmente estos medios también están compuestos por plataformas digitales como Tik tok, Facebook, Instagram y Spotify, cabe resaltar que aun así existe un distanciamiento y que este puede romperse a través de recuperar las voces de las juventudes en los espacios públicos.

3. Justificación

Los medios de comunicación son importantes canales para transmitir información que a través de sus mensajes pueden alterar o transformar costumbres culturales y comportamientos sociales. Sin embargo, actualmente como usuarias y usuarios de medios digitales y de comunicación, podemos elegir qué es aquello que consumimos. Las juventudes universitarias no son ajenas a la educación de los algoritmos, al grado que ellas, a través de sus espacios digitales y mediáticos buscan consumir ciertos contenidos que vayan acorde con sus consumos culturales y así mismo, con su actuar político. Es decir, ellas y ellos día con día buscan dentro de los algoritmos, barras programáticas de medios tradicionales, de las series, música y podcast en plataformas de streaming y estaciones de radio que comparten con su familia.

Cada vez buscan más posicionar sus discursos políticos a través de sus espacios digitales donde abordan temas como la perspectiva de género, cultura de paz y cuidado del medio ambiente.

En este sentido, Jesús Martín Barbero (2014) afirma que socialmente se está sufriendo un desanclaje del tiempo, ante ello, es importante el protagonismo de los jóvenes y la relación de ellos con el desconcierto de las sociedades, donde el mundo adulto y social no los comprende. Ellos están preocupados por construir nuevos espacios sociales. Las juventudes tienen su propia geografía ligada al presente, construida por su música, por sus personajes del cine, de sus narrativas, empiezan a estar juntos, pero sin compartir el territorio. “Los jóvenes siguen queriendo ser ciudadanos, pero de otro planeta, de otra sociedad, de otra familia, de otra escuela, de otra calle por lo que ellos proponen es futuro, pero cómo lo convierten en realidad. Ellos hacen otro tipo de política, están intentando que las redes sirvan para construir esos futuros, aquí lo interesante es ver que es lo que proponen”.

Frente a ese desanclaje con los medios de comunicación universitarios, las juventudes proponen un mundo más igualitario, espacios alternativos y consumos de otros medios de comunicación, por lo que se tiene que recuperar la voz de las juventudes universitarias para construir un presente en donde ellos, ellas y ellos se encuentren y sus expresiones sean validadas; desde una mirada caleidoscópica en donde les escuchemos, porque están construyendo espacios desde donde ejercen su ciudadanía de forma más justa, independiente y lejos de una mirada adultocéntrica, que les llame “generación de cristal” porque desde diferentes latitudes están poniendo al centro los derechos humanos.

Por ello, la radio universitaria tiene la necesidad de incorporar narrativas mediáticas con perspectiva de género (en un contexto de mayor exigencia de ocupar la perspectiva de género), recuperando las voces de las juventudes universitarias.

4. Diagnóstico

4.1 UniRadio:

El Estado de México, cuenta con una estación universitaria que ha operado por 16 años en la entidad; UniRadio 99.7 de FM, es la estación de la Universidad Autónoma del Estado de México, la cual es la voz de la comunidad universitaria desde el 21 de febrero de 2007.

UniRadio se define como “un referente de propuestas innovadoras, emanadas de la diversidad cultural y de pensamiento. Su calidad periodística ha sido galardonada con

14 premios dedicados a investigaciones en ciencia, tecnología, salud, medio ambiente, recursos naturales y grupos vulnerables. En materia musical, nuestra propuesta se distingue por su vanguardia e independencia” (UniRadio).

Además, derivado de los cambios por el 16 aniversario de la estación, UniRadio cuenta con 25 programas de distintos cortes que se transmiten a lo largo del día, vale la pena mencionar que al hacer el análisis de la barra programática transmitida en la estación a lo largo del día se encontró que una persona hace más de dos programas, lo cual genera cargas excesivas de trabajo que pueden dificultar el acercamiento con las juventudes universitarias para conocer sobre sus consumos culturales. La programación se detalla a continuación:

Tabla 1. Programación UniRadio

No	Programa	Descripción
1	Kat en Cabina	Clásicos, frontwoman, rock pop en español, covers y música movida es la selección con la que te acompañamos todas las tardes, además de información de series, cine, música y uno que otro chisme.
2	Los cuentos de Saku Chan	Adaptaciones de cuentos infantiles en formato de cápsulas, narrados por Lore para su gato Saku-Chan.
3	Clásicos	Espacio musical dedicado a los clásicos que han marcado cada año en diferentes décadas y también la historia de UniRadio.

No	Programa	Descripción
4	Pantera	Espacio musical dedicado al soul, R & B, funk y otros géneros afroamericanos relacionados. ¡Prueba el cielo y el infierno a través del ritmo!
5	Recuerdos al Aire	Viaje a través de la música de antaño donde se disfruta de diversos géneros musicales y se comparte información de artistas, compositores, canciones e historias de lugares icónicos de otras épocas. También se escuchan propuestas musicales contemporáneas que rescatan géneros del pasado.
6	Cabina Nocturna	Cabina musical que explora sonidos alternativos, ocultos, marginales u olvidados.
7	Quadrajet	El programa de rock de UniRadio.
8	A Todo Galope	Programa dedicado al deporte universitario con información diaria, análisis, comentarios y entrevistas.
9	Cabina Sabatina	Turno de locución enfocado en intercambiar diálogo con nuestra audiencia a través de peticiones o temáticas musicales que permiten difundir y promover la línea sonora de UniRadio

No	Programa	Descripción
10	Cabina Mutante	Espacio dedicado a la música nueva y no tan nueva, chida y no tan chida, de todos los géneros imaginables. Información inútil del panorama musical. ¡Muta con nosotros!
11	Somos UAEMéx Comunidad Sonora	Programa que comparte con la sociedad las razones que hacen de la UAEMéx una de las mejores instituciones de educación superior en el país, en voz de su comunidad universitaria.
12	Somos UAEMéx Live	Espacio que ofrece un concierto de parte del talento universitario y bandas musicales. Transmisión desde el estudio de grabación de UniRadio dos conciertos al mes, en vivo, a través de Facebook live y la frecuencia modulada 99.7.
13	Los Cínicos	Un espacio dedicado al cine y todo lo relacionado al séptimo arte, con entrevistas, recomendaciones, noticias y mucho más.
14	Música tropical	Espacio dedicado a la música tropical.
15	Bienestar Total	El programa de UniRadio que te ayuda a adoptar un estilo de vida saludable con consejos prácticos. En cada emisión, expertos universitarios comparten sus conocimientos sobre nutrición, ejercicio, salud mental y prevención de enfermedades. Bienestar Total una guía para fomentar el cuidado de tu salud.

No	Programa	Descripción
16	Fraseo Bop	<p>Espacio dedicado al mejor género del siglo XIX , el jazz, con sus respectivas variantes y formas.</p> <p>La pléyade de cantantes y compositores, además del proceso evolutivo y más, tienen cabida en este lugar. Recuerden que primero fue el jazz, después todo lo demás.</p>
17	Pan Pa'l Susto	<p>Historias centradas en testimonios de personas que viven con alguna enfermedad o condición de salud.</p>
18	99 Punto G	<p>Programa dedicado a abordar temáticas de sexualidad, diversidad y pareja, con la asesoría e información de especialistas en la materia.</p>
19	Criterio Noticias	<p>Noticiero de la UAEMéx comprometido con el periodismo de calidad, la difusión de la ciencia, la cultura, el arte, la política, y el deporte.</p>
20	Eureka	<p>Breve y ágil espacio radiofónico que busca provocar la curiosidad científica de las y los radioescuchas, ofreciendo información sobre cómo funciona el mundo que habitamos y sus alrededores.</p>

No	Programa	Descripción
21	Pasacalle	Programa dedicado a la música sinfónica. Platicamos chismes, anécdotas e historias para dar nuevos oídos al género y demostrar que de aburrido no tiene nada.
22	Metal	Hora dedicada a la música metal y subgéneros del mismo.
23	Heraldos Negros	Programa dedicado a la literatura. Platicamos acerca de obras, autores y noticias relacionadas con la industria editorial. ¡Participa en la alquimia nocturna de la palabra!
24	Sonar	Actualización musical semanal que ofrece estrenos, entrevistas, noticias y conciertos. La música que no sabías que necesitabas.
25	Signos en rotación	La revista de cultura mañanera te acompaña de lunes a viernes con especialistas en cultura, tecnología, mascotas, bienestar, ecología, y la mejor vibra para iniciar el día.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la página web de UniRadio.

Además, de esta programación, UniRadio cuenta con diversas actividades y propuestas dentro de la programación de la estación de temáticas feministas y de género como la columna feminista que se transmite los miércoles en Criterio Noticias. De igual forma UniRadio comenzó a transmitir el programa de género “VIVAS” el cual nace del programa VIVAS: Defensoras Universitarias, que buscaba dar respuesta de al problema de violencia de género dentro de la UAEMéx “para contribuir al combate, la prevención y atención de este problema través de los instrumentos técnicos, teóricos y científicos aplicados a la generación de nuevos horizontes de convivencia” (UAEMéx, 2020).

Durante los tres años que estuvo al aire, fue conducido y producido por seis locutoras, productoras y redactoras pertenecientes a la estación, quienes abordaron diversos

temas sobre feminismos, historias de vida, perspectiva de género, masculinidades y diversidad sexual. Derivado de los cambios del 16 aniversario de la estación salió del aire de forma temporal, su última transmisión fue el 6 de febrero de 2023.

El último reconocimiento que recibió la estación fue por el Observatorio de Medios y Redes Socio Digitales 2023 Tlatelolco LAB del Programa Universitario de Estudios sobre Democracia, Justicia y Sociedad (PUEDJS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) por “el tratamiento “imparcial, directo y objetivo” de Criterio Noticias durante la Contienda Electoral por la Gubernatura del Estado de México 2023.

4.2 Diseño metodológico:

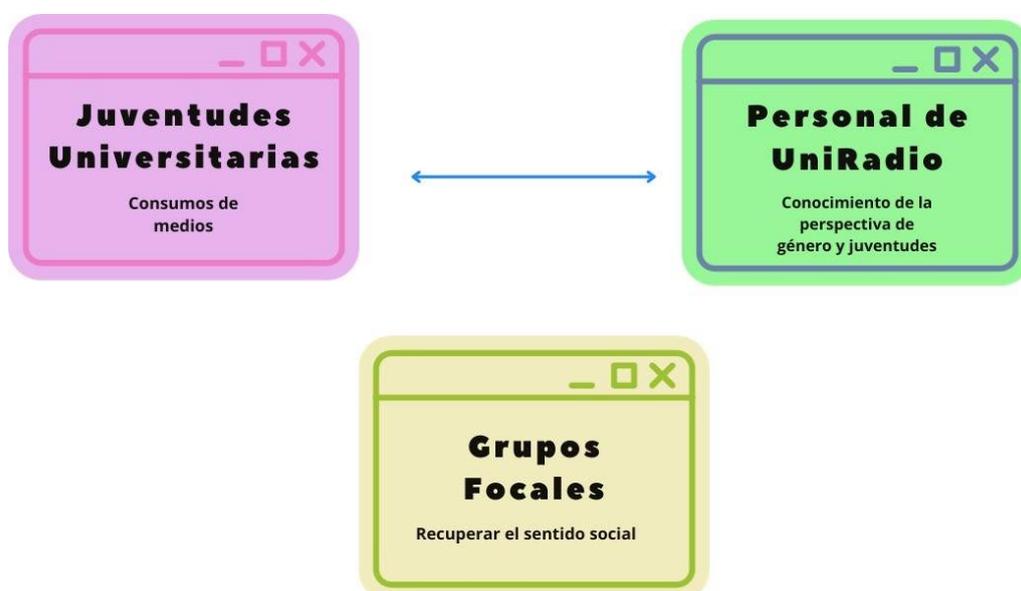
Para realizar el diagnóstico y comprender cómo miran las juventudes la perspectiva de género, cuáles son sus consumos culturales y su acercamiento con UniRadio, se decantó por una metodología cualitativa ya que ésta “busca siempre situarse en el campo de las relaciones cotidianas, ya sea entrando en su espacio comunicativo a partir de sus productos icónicos o textuales, ya sea reconstruyendo la dinámica interpersonal de acciones y comunicaciones que crean y recrean la realidad social” (Alonso, 2018:17).

Para los fines de esta investigación, nos es importante conocer los sentidos sociales de las juventudes para recuperar su voz en donde conocamos cómo es que ellas y ellos se representan socialmente porque se “establece un orden que permite a los individuos orientarse en su mundo social y <<aprehenderlo>> [...] facilita la comunicación entre los medios de la comunidad, proporcionándoles los códigos para nombrar y clasificar los diversos aspectos del mundo” (Alonso, 2018:16), es decir, se busca comprender qué es lo que las juventudes universitarias se están representando, sobre todo si se encuentran dentro de las narrativas mediáticas que les ofrece la estación de radio universitaria. Asimismo, se quiere conocer cómo es que se recupera la perspectiva de género y la voz de las juventudes dentro de UniRadio para la generación de contenidos dentro de su barra programática y de su difusión en redes sociales.

Para conocer los sentidos sociales de las juventudes y como es que se recupera su voz en UniRadio, se aplicaron tres grupos focales, ya que a partir de “la discusión oral

que se produce en el grupo focal se transcribe a una versión estenográfica, de tal suerte que se convierte en el corpus discursivo objeto de análisis. Discurso, en donde se observa la construcción significativa del mundo [...] a partir de su experiencia” (Díaz et.,2015:73).

Esquema 1. Grupos Focales



Fuente: Elaboración propia.

Se consideró que el grupo focal permite “descubrir la naturaleza del mundo social a través de cómo la gente actúa y da sentido a sus propias realizaciones visuales” (Alonso, 2018:18), en el caso de las juventudes, interesa conocer qué están consumiendo, cómo es que lo están consumiendo, qué buscan dentro de los medios de comunicación y cómo es que interactúan con UniRadio.

En el caso de la estación de radio universitaria, se busca conocer cómo es que se construyen los contenidos de barra programática, cómo es incorporada la perspectiva de género en estos contenidos para las juventudes y cómo es que son recuperadas las juventudes dentro de los contenidos que se producen.

Es importante destacar que para fines de esta investigación es importante destacar que “la experiencia de la vida diaria se comparte, y una investigación de esta experiencia y de estos mundos intersubjetivos de vida requiere métodos y prácticas que permitan la reconstrucción comunicativa e interactiva de esos <<conocimientos internos>> , a través del diálogo, de la observación directa, de la participación activa y de la recreación de espacios donde los sentidos sean generados a partir de las prácticas comunicativas de los actores y no a través de los lenguajes formalizados de los observadores externos” (Alonso, 2018:18), por ello los grupos focales son importantes en esta investigación porque se quiere escuchar, conocer y aprender de las juventudes universitarias y del personal de UniRadio para poder proponer una estrategia de intervención que incluya a todas, todos y todes y lograr mayores acercamientos a la radio universitaria.

Dentro de la investigación fueron conformados tres grupos focales: Dos de ellos, se aplicaron con juventudes universitarias y uno con el personal directivo de UniRadio. Para conformar los grupos focales de juventudes se consideró lo siguiente: Ser juventudes universitarias que estén cursando estudios de licenciatura en Ciudad Universitaria, Campus Colón, la Escuela de Artes Escénicas y Campus el Cerrillo. Mientras que para el grupo focal de UniRadio se consideró al personal directivo de la estación.

Para la presentación de los resultados los dividiremos en tres partes: la primera serán los resultados de los campus de Ciudad Universitaria, Colón y la Escuela de Artes Escénicas. Posteriormente, el de Campus el Cerrillo y finalmente UniRadio.

4.3 Campus de Ciudad Universitaria, Colón y la Escuela de Artes Escénicas:

Tabla 2. Participantes del grupo focal

Nombre	Edad	Sexo	Facultad	Tiempo libre	Escuchan UniRadio
Paulina	21	Mujer	Química	"Estudiar, me gusta mucho cómo ver películas o leer, ver vídeos en YouTube,	NO

Nombre	Edad	Sexo	Facultad	Tiempo libre	Escuchan UniRadio
				hacer ejercicio"	
Melisa	22	Mujer	Ciencias Políticas y Sociales	"Mis temas de interés van muy relacionados a la ciencia, específicamente como al área de la medicina y me gustan temas actuales como cosas que están de moda o así"	NO
Denise	23	Mujer	Escuela de Artes Escénicas	"Me gusta mucho la fotografía, soy sonidista, me late la producción musical y estoy medio metida en eso"	NO
Fanny	20	Mujer	Facultad de Lenguas	"Me gusta leer y ver películas en mis tiempos libres"	NO
Francisco	21	Hombre	Arquitectura y Diseño	"En mi tiempos libres veo películas, me gusta mucho ilustrar cosas y escuchar música y ya"	NO
Felicia	21	Mujer	Economía	"En mis tiempos libres veo la Rosa de Guadalupe en Tik Tok"	NO
Ana	22	Mujer	Contaduría y Administración	En mis tiempos libres me gusta dormir, hacer ejercicio, estar en las redes sociales	NO

Nombre	Edad	Sexo	Facultad	Tiempo libre	Escuchan UniRadio
Itzel	22	Mujer	Medicina	En mi tiempo libre me gusta ver series sobre todo las que tienen temáticas de médicos, de bomberos, de policías ehhh me gusta mucho ver vídeos sobre moda, diseño de interiores	NO
Julieta	22	Mujer	Ciencias Políticas y Sociales	Ciencias Políticas y Sociales	NO
Ernesto	19	Hombre	Derecho	En mis tiempos libres acostumbro a leer, a estar con mi familia, platicar con mis amigos, a descansar, también hago ejercicio	SÍ

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación

Resultados sobre consumos culturales de Campus de Ciudad Universitaria, Colón y la Escuela de Artes Escénicas:

Tabla 3. Consumos

Medios de comunicación y plataformas	Tipo de contenido que consumen
Instagram	Historias Fotos Reels
Twitter	Peleas Indirectas Chismes Noticias
Podcast	Mindfulness Expansión DEL El universal 123 segundos Los dioses del marketing

Medios de comunicación y plataformas	Tipo de contenido que consumen
	Más allá del Rosa
Radio	Radio Disney

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación.

“Los encuentro (*podcast*) como en *reel* de Instagram y sí me llaman la atención ya me meto, creo que esa es una buena estrategia también como de promoción, lo vídeos cortos, que, o sea, como con fragmentos importantes de cierto tema” -Denise

Intereses:

Tabla 4. Intereses

Nombre	Intereses
Paulina	Mis temas de interés van muy relacionados a la ciencia, específicamente como al área de la medicina y me gustan temas actuales como cosas que están de moda o así
Melisa	Mis temas de interés en estos tiempos estoy enfocada con lo de las candidaturas, también me gusta mucho la música, conocer un poco más sobre la cultura que tenemos en México, la historia en general y sobre los Objetivos del Desarrollo Sostenible.
Denise	Mis temas de interés pues, ah también veo películas, mis temas de interés son obviamente, las películas, el cine, la música, también me gusta mucho la industria de la moda y pues también me gusta mucho la historia de México.
Fanny	Mis temas de interés ahorita es la literatura y la música.
Francisco	Mis temas de interés son la música, el cine, todo lo paranormal y el arte.
Felicia	Mis áreas de interés son los animes y los videojuegos de Nintendo.
Ana	Mis temas de interés actualmente son los de mi carrera y me gusta la moda y ahorita me obsesione mucho con el ejercicio y ando leyendo como hacer los ejercicios bien.
Itzel	Mis temas de intereses sobre todo van a ser la medicina, específicamente me interesa mucho el tema de la sexualidad, de las enfermedades crónicas y degenerativas que ahorita en México predominan mucho y pues creo que ya
Julieta	Mis temas de interés son la música, me gusta mucho la investigación y también las tendencias que hay actualmente, pero en las redes sociales.
Ernesto	Mis temas de interés son género, cultura, arte, arquitectura y todos lo

que tenga que ver con el derecho a la ciudad y justicia constitucional.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Preocupaciones:

Tabla 5. Preocupaciones

Nombre	Preocupaciones
Paulina	Me preocupa mucho el consumo de medicamento inconsciente, de lo inconsciente que es la gente respecto a su salud , me preocupa demasiado y yo creo que lejos de preocuparnos por muchos temas que actualmente es, o sea, en general el tema de la salud es algo que cuando lo ves te aterra de pensar que pasará en tan solo dos años o en un año o así y el tema de la contaminación es otro tema que a mi me explota la cabeza mucho.
Melisa	El tema de la contaminación ambiental, además de la digital porque parte de también estamos teniendo un problema en el consumo tanto de nosotros como jóvenes como de las generaciones abajo de nosotros ¿no? hay niños que no deberían de estar viendo eh caricaturas violentas porque están replicando esos mismos, eh, esas mismas conductas y lo que hace es generar más violencia, además, otro tema que me hace mucho ruido es justamente la sexualización de la mujer como algo publicitario , a parte como algo totalmente normalizado que hace que entonces tú cómo mujer, te preguntes ¿no? ¿qué autoconcepción tengo de mi cuerpo? o sea, ¿está bien? o ¿está mal? porque, porque pues estoy percibiendo esto, entonces qué es lo que tengo que hacer socialmente para ser aceptada y pues nada más.
Denise	A mi me preocupa, si la contaminación, me preocupa cómo se está gestionando en México, me preocupa que si haya una buena estructura de leyes al respecto pero que no se respete para nada. Me preocupa mucho no encontrar trabajo, la neta, me preocupa la situación del arte y el cine en este país y me preocupa más cuando eres mujer , eh, la verdad es que no me había dado cuenta, o sea creo que cuando estás dentro de la facultad y eso que tal vez mis compañeros <i>pueque</i> me avalen, me aprueben o lo que sea, pero ya adentro de la industria, más si no, si te educas en algo masculino, como por ejemplo hacer sonido no, como por ejemplo dirigir, producir, no producir no, todos saben que las mujeres se le tiene más rápido que a los hombres, generalmente en el cine siempre buscan productora, pero sí, cosas así, del acoso sexual que se vive en todos los tipos de carreras , dentro de las facultades, este fuera de las facultades, ya dentro de las industrias, que nos ninguneen , eh, y pues también, eh, como está avanzando la tecnología se me hace una locura, eh, la inteligencia artificial, ya también creo que se está saliendo mucho de control y pues sí, eso.

Nombre	Preocupaciones
Fanny	<p>A mí me preocupa mucho la cosificación de las mujeres, también el uso del only fans que mmm... sea tan consumido y que las mujeres lo vean tanto como, como tan, no sé cómo decirlo, cómo necesario hacerlo para tener que comer, eh, también eh, me preocupa eh ser mujer en el mundo laboral, creo que es en cualquier campo muy difícil encontrar trabajo más, sobre todo, siendo mujer y ah, ammm, la homofobia y el machismo que existe, tanto que a lo mejor no lo vemos en la facultad porque estamos con nuestros iguales de alguna manera, pero ya en el mundo, afuera es como, sigue muy persistente.</p>
Francisco	<p>A mí me preocupa mucho como la violencia que hay entre todo tipo de ideologías, o sea como que realmente, si ya hay más eh, apertura sobre todo tipo de ideologías, sobre todo tipo de creencias, de expresiones y todo eso, pero también siento que dentro de esa misma variedad y apertura de y visibilidades de estas ideologías también ya hay mucha violencia, como que no buscamos, o sea más allá de buscar cómo construir puentes entre estas ideologías, o sea como que las, cómo que se quieren tirar unas a las otras cuando pues eso también, o sea mmm cuando buscaban tolerancia, estaban creando más intolerancia, hacía todo tipo de ideologías, ideologías buenas, ideologías malas y también pues creó un poco la política de este país, que por ejemplo, ahorita con las elecciones, máximo respeto, pero la verdad son un chiste, o sea todo lo que se está viendo con las elecciones, este, esta, y disculpen la palabra, esta estupidez es como de querer jalar a los chavos haciendo cosas estupidas que los chavos no hacemos, o sea, se me hace la cosa más preocupante que hay y que también mmm... de cierta forma como que se le esté dando como tanto poder a gente, pues también un poco tonta que cree que así va a llegar a algo, va a lograr algo, cuando pues no, realmente se necesitan otras cosas.</p>
Felicia	<p>Ay yo llevo una optativa que se llama pobreza y desigualdad y a mí me preocupa mucho que hay un montón de estadísticas que dicen que nosotros nunca vamos a poder superar el nivel de vida de nuestros papás y creo que eso es muy triste porque también está, o sea es estadístico, que tenemos más acceso a la educación que ellos y o sea, es muy triste que por ejemplo nosotros alcancemos más grados de estudios y aún así no vamos a vivir como ellos, no los vamos a superar y que no tengamos acceso a fondos para el retiro y cosas así porque que va a ser de nosotros. Sí y también que por ser mujeres va a ser más difícil que nos contraten.</p>
Ana	<p>A mí me preocupa ser mujer, toda la inseguridad que hay, o sea todas las noticias que todos los días veo, que todos los días me preocupan porque digo ¿cuándo me va a tocar a mí? ¿cuándo le va a tocar a mi mamá? ¿cuándo le va a tocar a una amiga? O sea, eso me preocupa mucho, me preocupan las familias, o sea hoy en día todo mundo quiere tener hijos, pero nadie es responsable de sus hijos, siento que ahí nace todo, o sea, todos tenemos traumas porque nuestros papás no solucionaron sus traumas y nos los pasan</p>

Nombre	Preocupaciones
	<p>a nosotros y nadie nos ayudó a nosotros y siento que de ahí nace todo, entonces me preocupan las familias, me preocupa la vida laboral, la economía de México y creo que eso todos los días me clavó ahí el pica hielo de qué va a ser de mí cuando esté más grande, eso, o sea eso sí me tiene mal.</p>
Itzel	<p>A mí me preocupan muchas cosas, sobre todo, primero la violencia hacia las mujeres, el acoso sexual, pues sí, o sea, en general en la calle, en los espacios de trabajo, ehh, también me preocupa mucho, bueno obviamente como es parte de mi formación, pues cada vez vemos pues como las enfermedades van afectando literalmente el desarrollo de los países, por ejemplo, en México eh por ejemplo, hace poquito tuve una clase donde justamente decíamos no pues aquí en Toluca, en cinco espacios diferentes donde había llanteras, centros comerciales, estee, oficinas, ahora todas ya son centros de hemodialisis ¿por qué? porque cada vez está aumentando más, ehh, la diabetes ¿no? y pues obviamente una de las complicaciones de la diabetes es la nefropatía, entonces, en algún punto todos van a tener ya, o sea bueno, una gran parte de la población, ya va a tener su bolsita aquí de diálisis ¿no? También pues me preocupa, por ejemplo, el acceso a la salud en México, o sea, de que, no tanto a la afiliación, o sea sí es un problema, pero, por ejemplo, también lo que vemos con el presidente de que en ese discurso de que yo soy mejor, yo sí estoy haciendo esto ¿cómo hay desabasto de medicamentos y esos medicamentos, pues no son medicamentos baratos, no es cómo “ay, pues ve y compralo” eh, por ejemplo, pues hay muchos medicamentos que son pues agentes biológicos y que van costando arriba de 10,000 pesos, incluso hasta más de 1000,000 pesos, entonces eso, me preocupa mucho. El hecho de que cada vez haya más enfermedades en los niños ¿no? que son de que, literalmente porque durante su creación, literalmente están mal ehh también que el cáncer, eh, la contaminación, el racismo, la homofobia, la xenofobia y pues todo ese tipo como de situaciones de discriminación y de odio hacia las minorías ¿no? y pues que también tienen que ver con esos procesos de estigmatización por algo que, pues la gente no considera normal o pues sí, normal.</p>
Julieta	<p>Bueno yo, empatizo totalmente con todos, eh, algo que también me preocupa mucho es el consumismo, de hecho, lo comentaba apenas con uno de mi amigos, salimos a un centro comercial y nada más nos quedamos observando cómo las personas entraban y salían con muchas bolsas, o sea, las personas no son conscientes del impacto que tienen esas compras, esas prendas eh, hay muchas personas que con tal de tener una playera, unos tenis, gastan todo su dinero ahí, no son, simplemente pues todo lo que engloba el consumismo como muchos problemas que no quiero mencionar y cómo mujer obviamente, la violencia que existe en el país, en el mundo, emmm, el maltrato animal, es una de las cosas que más me duelen, en las que no me gustan pensar, eh, sobre todo en los animalitos que están en la calle, eh, no sé si supieron apenas, no tiene mucho tiempo, una noticia de que maltrataban perritos, personas que eran de bomberos, no sé dónde, en qué Estado del país, habían videos incluso en redes sociales que incluso, que agradezco que estén censurados porque no lo hubiese</p>

Nombre	Preocupaciones
	<p>podido ver y pues no sé, en general, la inseguridad que existe pus en el país y pues no sé, muchas cosas.</p>
Ernesto	<p>A mi me preocupa mucho la crisis ambiental a la par de la crisis económica porque estamos en un problema cíclico, o sea, y es muy grande y lo tenemos que dimensionar y sobre todo desde lo local, me preocupa que tengamos, literalmente un monstruo de camioneros y no me refiero a los camioneros, sino a los concesionarios, que también gobiernan porque si a los concesionarios no les parece algo mandan cerrar, si se les antoja, todo Tollocan y paralizan la ciudad porque tienen bastante poder, entonces el día que quiera el estado, por ejemplo, invertir aquí y ojalá que algún día lo quiera, en transporte que sea limpio, que sea de calidad, que sea barato, que me garantice que no termina a las 9:00 de la noche y que además podemos llegar seguras, seguros a nuestras casas, sea la hora que sea, el día que el Estado quiera hacer eso, pus fácilmente se me puede ponerme un calle porque él también manda y me preocupa que por eso mismo se gentrifiquen las ciudades y la gente más pobre se vaya quedando desplazada, solo unos cuantos posean los centros y que nosotros como generación, tal vez ya ni siquiera tengamos la esperanza de comprar una casa porque tal vez, ya no estén las ideas comprarla por la crisis de vivienda y de empleo, eh, me preocupa también que este país camine por un rumbo en el que todos los días estamos peleándonos porque una persona dice que los de antes eran peores y que los otros digan que los de ahora son peores que ellos, que nos estemos polarizando como sociedad y que no estemos dando espacio a las ideas, al dialogo, que nos esté buscando paralizados, que los pueblos indígenas sigan quedando a un lado, que todavía no sigan la discusión de los temas importante, no se les de voz, eh, las minorías sexuales también, me parece que hay un gran pendiente ahí en la sociedad. Con las mujeres, obviamente, hay todavía pendientes agigantados y lo que más me preocupa de todo esto es que con el paso del tiempo lejos de ir hacia adelante parece que vamos para atrás porque estamos en tiempos en donde tal vez los discursos de derecha siguen creciendo y posicionándose en la sociedad, y eso me preocupa, que los discursos antiderechos sigan posicionados en la sociedad.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Las juventudes encuentran que los estereotipos de género son imposiciones sociales legitimadas por los usos y costumbres dependiendo el sexo con el que naces. Ellas, ellos y elles encuentran que estos producen violencia, represión, opresión, marginación y daño psicológico a las personas por parte de la sociedad. Dentro de los contenidos que consumen hay violencia y la encontraron en el ejercicio de los cuidados y en productos audiovisuales, principalmente en la música, en el anime y en la Rosa de Guadalupe.

Los programas y contenidos que consideran que tienen un alto contenido de

violencia, pero que además son parte de sus consumos son los siguientes:

1. *La cotorrisa.*
2. *Werevertumorro*
3. *Mario Aguilar y los otros Tik Tokers y Youtubers que justo se dedican a hacer burla de cualquier cosa que haga una mujer.*
4. *Las series de narcos*
5. *Quiubole con...*
6. *Bad Bunny*
7. *Yuri*
8. *La mañanera de AMLO*

Ante la respuesta obtenida, se les pidió que identificaran un personaje machista y uno feminista. Las respuestas fueron muy distintas, ya que a las juventudes no se les hizo complicado identificar cuál era un personaje machista, pero si cual es un personaje feminista:

Tabla 6. Personajes machistas y feministas.

Personajes machistas	Personaje feminista
<ul style="list-style-type: none"> • Franco Escamilla • Paco de Miguel • Alejandro Fernández. • Vicente Fernández (este lo dijeron todos) • Bad Bunny. • Casi cualquier reggaetonero • Peso Pluma • La Banda MS 	<ul style="list-style-type: none"> • Halsey. • Natalia Téllez. • Mon Laferte. • Taylor Swift • Vivir Quintana • Caifanes.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

¿Por qué no escuchan UniRadio las juventudes del Campus de Ciudad Universitaria, Colón y la Escuela de Artes Escénicas?

Cuando les preguntamos si conocían a UniRadio 99.7 FM la respuesta fue mayoritariamente negativa y una positiva, se preguntó si realmente alguna vez habían consumido la estación a lo que en su totalidad contestaron que no.

“Yo creo que le falta difusión, yo nada más se de ella porque en la apreciación estudiantil te preguntan ¿Escuchas UniRadio? y pues no. Yo verdaderamente

no se dónde escucharla” -Felicía

"Creo que lo que le falta a UniRadio es que sea más versátil, porque lo que tiene Radio Disney es que es muy versátil, muy de la chaviza, entonces siento que lo que le hace falta a Uniradio, o sea, sí es una radio universitaria, obviamente tiene que ser una radio sería, pero tiene que ser más democrática para poderse consumir, no sé cómo se pueda hacer que metan una canción que esté en tendencia, que tal vez eso podría ser bueno". -Ernesto

"Aparte la cobertura, porque donde yo vivo (Tenango), no llega la señal. Antes cuando iba a la prepa quería consumirlo, pero pues no" -Melisa

Ante estas preguntas y al conocer que no conocían la estación, les preguntamos qué les gustaría escuchar dentro de UniRadio y estas fueron sus respuestas, en donde retomaron el modelo de Radio Disney:

- Temas más actuales
- **Me gustaría que fuera más ciudadana y juvenil.**
- sí escuchamos Radio Disney, es porque la música es muy animada y así, y siento que eso es lo que faltaría, que fuera a una radio más cercana.
- Seleccionar el contenido que, pues no sea violento pero que sí, pero que, si sea del agrado de los jóvenes, porque pues **el problema es que los jóvenes o las juventudes no están escuchando la radio si no por ejemplo nuestros papás.**
- El podcast tiene el mismo formato que la radio, lo que vemos es que es el locutor hablando de un tema de interés o de cualquier tema y tú lo escuchas mientras estás de camino al trabajo, haciendo la tarea, lo que sea.
- **Tal vez nuestra generación es muy rápida y siento que UniRadio está todavía diseñada con un formato de antes en el cual tal vez eran un poco más pacientes.** UniRadio tiene que adaptarse a eso porque esa es la realidad en la que se encuentra, hacerla un poco más dinámica, que sí los primeros tres segundos que le pase a la estación que me guste.
- **Descentralizar la radio universitaria.**
- Interactuar con los locutores.

Es importante destacar que la estación que más escuchan es Radio Disney, ya que es una radio que consideran como juvenil, pero así mismo, tiene una cercanía con su público, además, de ello, que tienen música comercial que es cercana a sus consumos culturales.

Cuando les preguntamos si creían que los contenidos que se producen en UniRadio están hechos por adultos sin pensar en las juventudes, la respuesta a esta pregunta fue positiva.

"Bueno, o sea, una de las cosas que a mí me han hecho como más ruido, cuando yo viajaba en el Potrobus, a mí siempre me dejaron el control para poner la radio o así, entonces yo les dije hay que poner UniRadio y nos comentó el operador que justamente se los acaban de pedir, entonces lo pusimos, o sea, había música como, no recuerdo si era jazz o blues, en el de las tres de las tardes y me pidieron que lo quitara porque estaba súper aburrido

y entonces, yo pienso que así es todo el contenido, que la gente como que lo percibe, solo con escuchar eso, que así es todo el contenido" -Melisa

"Que yo siento [...] Que igual siento que la situación está muy cañona porque en términos reales, no sé cómo o que mensaje se buscaría dar si la universidad ponen por ejemplo un corrido en él te están hablando de que se está tratando mal a una mujer ¿no? entonces, o sea, si la tienes que hacerla más versátil, pero tienes que cuidar tus contenidos porque no tienes que replicar ciertos tipos de mensajes, entonces, como ahora todo lo que pega tiene como muchas formas de violencia simbólica pues también es como seguir como estabas o difundir contenidos que tal vez tu no tendrías que estar difundiendo como universidad, siento que es un problema" - Ernesto.

4.5 Campus el Cerrillo

Tabla 7. Presentación de participantes

Nombre	Edad	Sexo	Facultad	Tiempo libre	Escucha n UniRadio
Gisela	21	Mujer	Ciencias	"Me dedico a la investigación enfocada en hongos"	NO
Fran	22	Hombre	Ciencias	"En mis tiempos libres, maso, los ocupo para repasar un poquito sobre los temas que no entiendo un poquito y para practicar Taekwon Do"	NO
Frida	22	Mujer	Ciencias	"No tengo tantos tiempos libres, participación en actividades extracurriculares política en la Facultad y tengo muchas responsabilidades de esta actividades y voy a muchos cursos de estas cositas de manualidades, de uñas y también	NO

Nombre	Edad	Sexo	Facultad	Tiempo libre	Escucha n UniRadio
				practico natación, entonces, hago muchas cosas”	
David	23	Hombre	Ciencias	“En mis tiempos libres solo los utilizo para liberar algunos animales que he adquirido por ahí, y este, me gusta leer muchos artículos científicos y así”	NO
Mar		Mujer	Ciencias	“Mi tiempo libre lo uso para estar con mi familia”	NO
Brayan	22	Hombre	Ciencias	“En mi tiempo libre me gusta ver películas”	NO
José	20	Hombre	Ciencias	“En mis ratos libres me gusta escuchar música y ver series y películas]”	NO
Pedro		Hombre	Ciencias	“Ahorita me estoy quedando sin ratos libres, pero en mis tiempos libres me gusta ver series”	NO
Jorge	21	Hombre	Ciencias	“En mis tiempos libres me dedico a hacer ejercicio, jugar videojuegos o ver películas”	SI
Diana	19	Mujer	Ciencias	“En mis ratos libres me gusta ver películas”	NO
Ren	22	Mujer	Ciencias	“Casi no tengo tiempo libre, pero cuando lo tengo me gusta mucho leer comic y también me gusta	NO

Nombre	Edad	Sexo	Facultad	Tiempo libre	Escucha n UniRadio
				cocinar”	
Dayana		Mujer	Ciencias	“Me gusta leer y escribir de distintos temas”	NO
Lulu	22	Mujer	Ciencias	“Las actividades que me gusta hacer en mi tiempo libre es leer, escribir y las actividades de divulgación científica”	SI

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Resultados consumos culturales del Campus el Cerrillo:

- Al igual que las otras juventudes universitarias, consumen música como parte de su identidad juvenil. Además, de ello es que les gusta consumir podcasts, por la inmediatez de la información y están encontrando satisfechas las necesidades de información que necesitan y por el tiempo que disponen para sus consumos culturales.
- Los medios de comunicación que ellas y ellos consumen son aquellos que le abonen más al espacio de la música y, además, en cuanto a los podcasts consumen aquellos contenidos que les abonen a su producción científica o al contenido de sus materias.
- De redes sociales, consumen más Instagram y plataformas de *streaming*, dentro de estas narrativas que consumen tienen que ver con sus intereses vocacionales, que tiene que ver con sus gustos.
- Dentro de Instagram, consumen contenidos científicos, es decir que tienen que ver con revistas de divulgación y hallazgo científico dentro de ellas mencionaron *Nature*.
- Para el consumo de los *podcasts*, ellas y ellos están usando Instagram como una plataforma que les permite encontrar los contenidos de su interés, es decir, que, por medio de los *reels*, conocen los programas, los buscan y deciden si los ven o escuchan.

Resultados intereses y preocupaciones del Campus el Cerrillo:

- Estas diversas maneras de ser jóvenes, en este caso, se ven mediadas por cuestiones que tienen que ver con la vocación y la exigencia de sus licenciaturas.
- Sus preocupaciones se ven atravesadas por un interés por la investigación y continuar con una vida profesional que les permitan continuar sus proyectos de investigación que tienen desde la facultad. Sus consumos culturales se ven articulados por su carrera y el área de especialización en la que se estén formando.
- Existe un sentido identitario de las juventudes con su facultad, pero reconocen una cierta jerarquía entre poderes que legitiman.
- En cuanto a sus preocupaciones como juventudes, la principal de ellas y ellos es que permanentemente tienen que estar estudiando y produciendo, si bien, buscan distanciarse de la parte académica, encontramos que buscan en las plataformas contenido que les permita seguir aprendiendo.
- Sus sentidos de vida van encaminados en cuanto a la investigación y a la producción científica por lo que en ocasiones no pueden separar sus espacios.
- El alumnado tiene un acercamiento grande con el mundo adultocéntrico por medio del profesorado.

Perspectiva de Género del Campus el Cerrillo:

- Dentro de sus consumos en redes sociales, las juventudes identifican que están educando sus algoritmos para que dentro de sus espacios digitales no se incluyan y no se reproduzcan narrativas violentas, lo que nos demuestra que hay un proceso de apropiación de sus propios gustos y consumos. De acuerdo con Nateras “Está claro también que en términos amplios, las prácticas sociales y las expresiones culturales, e incluso los posicionamientos políticos de una gran parte de las juventudes tienen el carácter de ser transnacionales/globalizadas, es decir, estamos frente a adscripciones, culturas e identidades juveniles (Feixa, 1998) locales/nacionales y, al mismo tiempo, globales/transnacionales, interrelacionadas entre sí, fagocitadas en parte, por el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICS) (2019:56).
- De igual forma, identificamos que existe un distanciamiento de lo que significa

la violencia de género. Ellas y ellos asumen ciertos conceptos de la violencia, pero no identifican con claridad cuando se está hablando de una violencia simbólica, se refieren más a una violencia física, que es la que está plenamente reconocida. Como dice Alfredo Nateras (2019) las juventudes, desde su propia voz, están visibilizando los abusos del patriarcado y las violencias sociales. La violencia estructural la reconocen, pero no la reconocen entre iguales, es decir, la viven, pero no la saben nombrar. En cuanto a la conciencia de género, tienen mucha conciencia de la violencia de género, en términos de las desigualdades laborales por el área en la que se encuentran, principalmente identifican el acoso.

- Como mujeres, las juventudes reconocen que tienen que hacer el doble de esfuerzo que los varones. Los clubes académicos les permiten tener estos espacios seguros entre ellas y ellos para poder tratar estas desigualdades. El consumo de la serie “Mujeres en la Ciencia” se debe a una cuestión de representación, es decir de tener un modelo a seguir tanto para las mujeres como para los hombres por lo que colocar a las mujeres de la ciencia en los medios de comunicación universitario les da visibilidad a ellos y ellas.

Resultados UniRadio del Campus el Cerrillo:

- Al igual que el grupo anterior, no son consumidores de UniRadio más que uno de los participantes y una chica escuchaba radio. Sus consumos musicales se encuentran en *Spotify* y *Youtube*, ya que podían tener “el control” de lo que escuchan.
- Las juventudes participantes consumen espacios locales, dependiendo de su lugar de origen o de residencia, además, de que el consumo de sus plataformas tiene que ver un sentido de conexión en el espacio de lo global, por lo que se mueven de otro tipo de información. Como diría Rosana Reguillo (2010) sus prácticas y sus consumos son un ejercicio de tiempo y espacio mediados por la globalización.
- Instagram y Spotify como plataformas digitales está jugando un papel fundamental entre las juventudes, ya que en ambas plataformas ellas y ellos pueden seleccionar lo que quieren consumir y escuchar en términos digitales.
- Existe un distanciamiento con UniRadio ya que no están poniendo sus contenidos en los horarios donde ellos y ellas puedan escucharlos, ni en

plataformas donde puedan consumirlos y ellos puedan seleccionar que escucharlo. Lo que los hace sentir en la periferia, porque no conocen que existen temas de la ciencia.

4.6 Grupo Focal UniRadio

Tabla 8. Presentación de participantes.

Participantes	Mujeres	Hombres	Conocen de Perspectiva de Género	Conocen de Perspectiva de Juventudes
8	7	1	5 conocen 3 no conocen	2 conocen 6 no conocen

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

Resultados narrativos mediáticas de UniRadio:

- Las narrativas mediáticas se construyen de acuerdo con el Plan Rector de Desarrollo Institucional (PRDI). Una de las políticas que considera este plan que operara hasta el 2025 es “se establecerá una comunicación constante entre la comunidad universitaria para que conozcan sobre temas de no discriminación, no violencia, derechos humanos y ética” (UAEMéx,2021:239).
- Transversalización de contenido es a través del Plan Rector de Desarrollo Institucional y con Paridad de Género. En este sentido, una de las estrategias del PRDI es “Utilizar diferentes medios para difundir la prevención y atención de la discriminación” (UAEMéx,2021:240).
- Por cargas de trabajo no hay realización de estudios formales por parte de UniRadio sobre juventudes y sus consumos.

Resultados perspectiva de Género de UniRadio:

- El personal de UniRadio en su mayoría considera que existe paridad de género en la estación; que han recuperado perspectivas de género. Aunque uno de ellos afirma que en su área de trabajo no es necesaria la transversalización de género.
- Con respecto del lenguaje, incluyente reconocen la necesidad de una mayor capacitación. Aunque es importante reconocer que noticias ya tuvo un ejercicio previo que le ha permitido contar con mayor sensibilización.
- Para la programación se consideran solo a las juventudes "conectadas" (como las llama Rossana Reguillo). Aunque no se considera la propia epistemología de las juventudes.

Resultados UniRadio de UniRadio:

- Alto sentimiento de pertenencia a UniRadio y a la comunidad Universitaria.
- Las actividades se miran por las Administraciones (No a largo plazo).
- El quehacer de la radio universitaria es difundir contenido científico, cultural, académico y de entretenimiento que se genera dentro de las universidades, además debe de generar una cuestión alternativa para las audiencias, que no solo sean pertenecientes en a las universidades, pero no retoman las voces de las juventudes universitarias.

4.7 Conclusiones

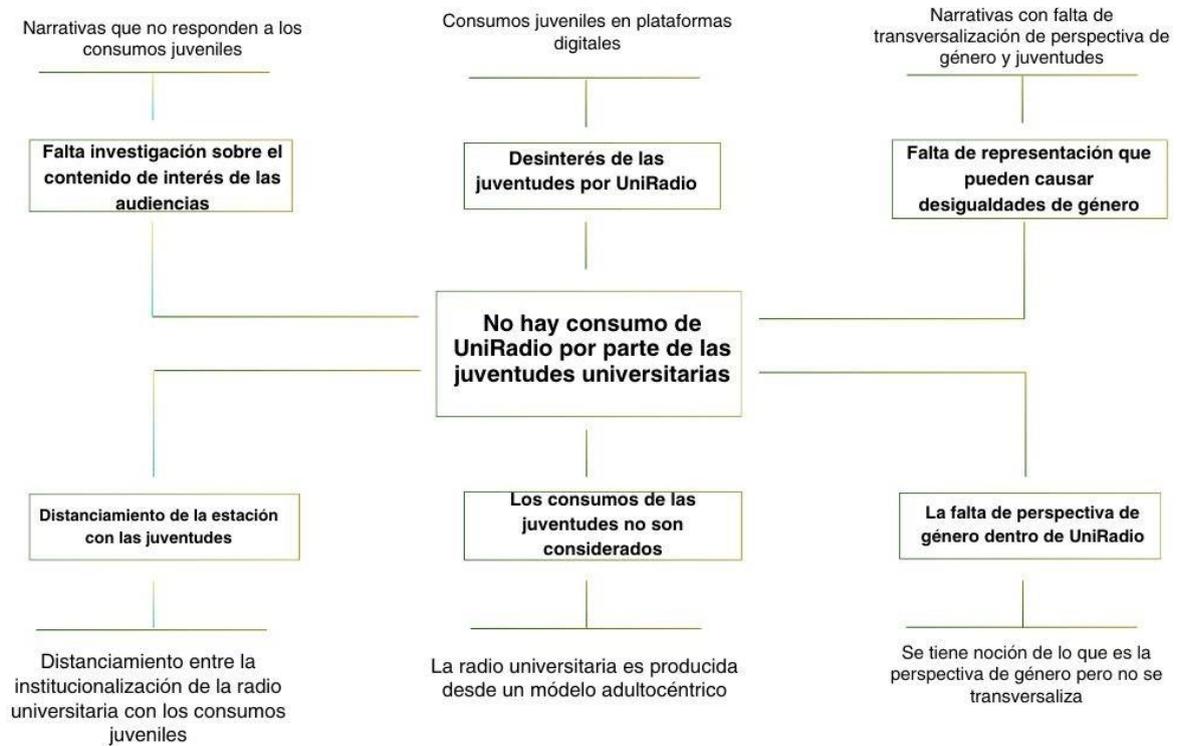
Coincidencias entre los grupos focales de Juventudes:

Tabla 9. Coincidencias entre grupos.

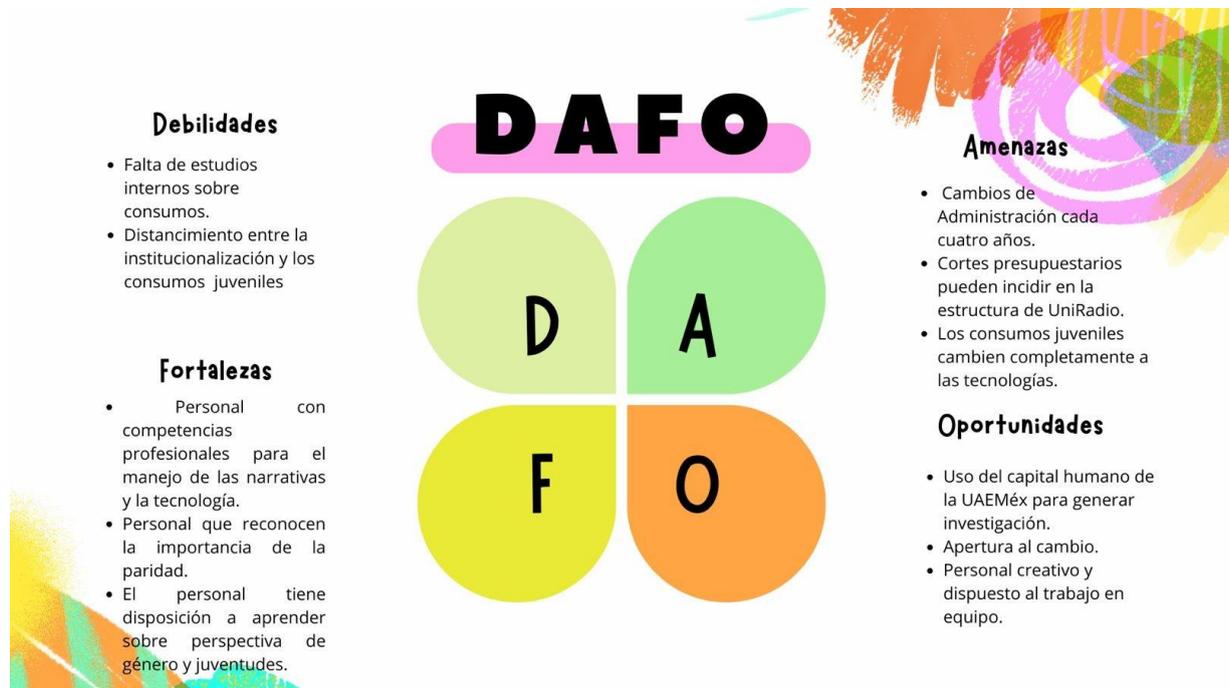
Consumos	Perspectiva de género	Juventudes
<ul style="list-style-type: none">• Existe un distanciamiento de UniRadio• Consumen narrativas cortas, lo que nos indica, que como lo menciona Martín-Barbero, las juventudes están construyendo múltiples relaciones como receptores	<ul style="list-style-type: none">• El género lo encuentran como un espectro amplio no binario.• Para ellas y ellos, los estereotipos de género pueden afectar la vida de las personas.• La violencia de género la reconocen porque en sus	<ul style="list-style-type: none">• Las juventudes, se preocupan por el medio ambiente, el género, la salud y su mundo laboral, es decir- y citando a Martín-Barbero-• Sus intereses se mueven por el mundo musical y las nuevas tecnologías donde ellas, ellos y ellos

Consumos	Perspectiva de género	Juventudes
<p>activos, de mediación, entre la cultura y la comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> Instagram es la plataforma en donde las juventudes universitarias encuentran principalmente los contenidos, programas, series y podcast que consumen a través de vídeos cortos. 	<p>espacios cotidianos la han visto o vivido, principalmente la encuentran en sus consumos culturales, pero no saben nombrarla.</p> <ul style="list-style-type: none"> La violencia cultural dirime las otras violencias por ello no la reconocen. Reconocen que las mujeres sufren más violencia de género y la ven representada en su cotidianidad. La violencia la ven desde la interseccionalidad, reconocen las desigualdades que se viven en los campos profesionales, sociales y culturales. 	<p>construyen sus espacios seguros.</p> <ul style="list-style-type: none"> Cabe señalar que sus identidades se van por el mundo musical.

4.8 Árbol de problemas



4.9 FODA



5. Propuesta

En virtud de que las juventudes universitarias presentan poco acercamiento a la estación se propuso, a través de una reunión con autoridades de la Dirección General de Comunicación Universitaria, que se generen programas de difusión con la comunidad estudiantil. Es importante decir que se enfatizó que dichos acercamientos deben realizarse rompiendo las trampas para mirar a las juventudes. Es decir que a través de una mirada caleidoscópica su voz debe de ser incluida dentro de la estación. A partir de los resultados encontrados y observar que las juventudes universitarias le otorgan un sentido de inmediatez, al consumo de narrativas cortas se propone generar una campaña a través de redes institucionales a través de *reels* y TikTtoks llamada “Queremos Escucharte” en donde se inviertan los papeles, es decir, que la estación se convierta en audiencia activa de su público para de esta forma puedan conocer que temas son del interés de las juventudes universitarias.

Se pretende que la difusión de esta campaña comience a operar a partir del 17 aniversario de la estación.

5.1 Propuesta de Productos Radiofónicos para la campaña “Queremos escucharte”

1. Escaleta Reel/ TikTok: “Queremos escucharte”

ESCALETA PRUEBA

0:25	PRODUCCIÓN	INTRO: QUEREMOS ESCUCHARTE
1:00		¿Tienes muchas ideas para expresarte y no sabes por dónde empezar?
0:25		¿Te interesa el feminismo, la perspectiva de género, la cultura de paz o el medio ambiente?
0:25		En UniRadio 99.7 de FM queremos escucharte. Envíanos una pequeña cápsula escrita al correo: queremosescucharte.uniradio99.7@gmail.com hablando sobre un tema que te guste vinculado con el feminismo, la perspectiva de género, la cultura de paz o el medio ambiente.
		Si no sabes cómo vincularlo ¡no te preocupes! nosotros te ayudamos a redactarla...
0:25		Además, te ayudaremos a grabar tu cápsula para radio y vídeo
		Para el equipo de UniRadio 99.7 FM es muy importante tu voz, por eso queremos escucharte.
0:45		UniRadio va Conmigo
05:00	----	SALIDA

De igual forma es que a partir de los resultados que se obtuvieron se propone generar una serie de cápsulas que sean incorporadas a lo largo de la programación a través de la campaña “Hoy vengo hablar de...”, que consideren temáticas como feminismo, perspectiva de género, cultura de paz y medio ambiente, pero desarrolladas a través de una mirada interdisciplinaria de las diversas áreas de estudios de quienes

participen. Es decir, dichas cápsulas son elaboradas por las propias juventudes universitarias, esto permitirá generar un formato en donde las audiencias juveniles “asumen un papel protagónico opinando personalmente sobre temas variados [...] la participación no solo constituye una característica del formato, sino fundamentalmente una “estrategia” de legitimación de su discurso” (Giglia et., 1996:74-76).

Se sugiere que la producción de las cápsulas, en UniRadio, se encargue y lidere el proyecto una persona que tenga conocimiento de guiones, que cuente con la perspectiva de género y de juventudes, que tenga sensibilidad en el reconocimiento de la otredad, en este caso de las juventudes, que sea capaz de traducir su voz en un lenguaje académico o científico respetando la epistemología de estas. Del mismo modo, se propone que para incorporar a las juventudes universitarias dentro de la estación se involucren en la producción del audio, de las cápsulas y en la difusión de las mismas al estudiantado que realice servicio social, integrativa profesional y prácticas profesionales.

En principio se hará una cápsula por semana y en función de la demanda se puede incrementar a más de tres cápsulas por semana, para ello es importante contar con mecanismos de evaluación.

En esta propuesta se presentan las escaletas para los *reels* de invitación y la redacción de las cápsulas. Para la elaboración de las cápsulas se solicitó a jóvenes universitarios que redactaran la temática en la que ellas y ellos querían participar por lo que solamente se presentan tres guiones:

1. Cultura de Paz y Diseño Industrial Incluyente.
2. Cultura de Paz, Perspectiva de Género y Cine.
3. Cultura de Paz y Periodismo de Ciencia.

Se pretende que la difusión dentro de la barra programática sea a partir del diecisiete aniversarios de la estación universitaria.

La promoción de las cápsulas se hará a través de la misma campaña “Queremos Escucharte”, además, de que para su difusión se pretende que las, los participantes de esta campaña sean los promotores de la misma con el objetivo de que se genere un efecto bola de nieve, es decir, que cuando las cápsulas salgan al aire, entre juventudes que inviten en redes sociales por medio de historias o publicaciones de Instagram con el objetivo de que escuchen la estación y se interesen por la programación de UniRadio 99.7 de FM.

5.2 Propuesta de Productos Radiofónicos para la campaña “Hoy vengo a hablar de...”

2. Escaleta Reel/ TikTok: “Si pudieras llevar tu voz a UniRadio

ESCALETA PRUEBA

0:25	PRODUCCIÓN	INTRO: QUEREMOS ESCUCHARTE
1:00		[Presentación] y hoy nos encontramos en (Ciudad Universitaria, el Cerillo...) porque vamos a preguntarles ¿si pudieras llevar tu voz a UniRadio que dirias?
0:25		Ahora nos encontramos con (...) ¿si pudieras llevar tu voz a UniRadio que dirias?
0:25		Respuestas
		Potrohermanes en UniRadio 99.7 de FM queremos escucharles. Envíanos una pequeña cápsula escrita al correo: queremosescucharte.uniradio99.7@gmail.com hablando sobre un tema que te guste vinculado con el feminismo, la perspectiva de género, la cultura de paz o el medio ambiente. Si no sabes cómo vincularlo ¡no te preocupes! nosotros te ayudamos a redactarla. Además, te ayudaremos a grabar tu cápsula para radio y vídeo y en nuestras instalaciones.
0:45		UniRadio va Conmigo
05:00	----	SALIDA

5.3 Guión cápsulas:

(Breve presentación que incluya nombre, espacio académico al que pertenece) de la UAEMéx y hoy vengo a hablar sobre (feminismo, perspectiva de género, cultura de paz, medio ambiente) a través de (el área de estudio o temática que lo quieras abordar)

Texto de 3 a 4 párrafos en donde se aborde la temática.

Al finalizar, cerrar con: Desde UniRadio 99.7 de FM se despide (nombre), invitándote a que nos vengas a hablar de (feminismo, perspectiva de género, cultura de paz, medio ambiente), queremos escucharte. UniRadio va conmigo.

Ejemplo:

Hola, soy Natali Ixchel estudiante de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEMéx y hoy vengo a hablar de feminismo a través del colectivo de arte contemporáneo mexicano Polvo de Gallina.

El 7 de octubre de 1983, durante la Marcha feminista contra la Violación las artistas plásticas Mónica Mayer, Maris Bustamante y Herminia Dosal realizaron en el Hemiciclo a Juárez de la Ciudad de México, un performance titulado “Receta para Hacerle mal de ojo a los violadores, o el respeto al cuerpo ajeno es la paz” como una acción plástica-política que buscaba denunciar la violencia que viven las mujeres en la cotidianidad en los círculos cercanos que aparentemente son más seguros para ellas. Siendo este su primera irrupción como el grupo de arte contemporáneo mexicano: “Polvo de Gallina Negro”.

El nombre de esta colectiva de arte tiene como origen en el remedio popular del mal de ojo o de las malas vibras, ya que consideraban que al formar este grupo de arte feminista se encontrarían con una serie de obstáculos, por ello necesitarían una especie de amuleto que las acompañará en tan difícil labor para lograr incidir en el ámbito social a través de la transformación de lo visual y la representación con el objetivo de promover el estudio y la participación de las mujeres en el arte; además, de analizar la imagen de las mismas en los medios de comunicación, oponiéndose al arte elitista, apolítico y enclaustrado en ciertos recintos.

Esta agrupación irrumpió en el contexto de la época, al grado que algunas mujeres artistas que fueron invitadas a formar parte del grupo declinaron debido a que no identificaban su trabajo artístico en el marco de la acción política feminista; además que algunas mujeres temían a ser excluidas por el círculo del arte en México.

Contra todo pronóstico, Polvo de Gallina Negro se mantuvo activo por diez años, en los cuales Maris Bustamante y Verónica Mayer, llevaron a cabo distintos performances que a través del humor cuestionaron los arquetipos de la feminidad, en donde la maternidad ocupó un lugar sumamente importante en la producción de su obra. Si bien no fue el único grupo de su tipo en México; si vincularon con éxito el discurso político y feminista en el arte que resonó en muchísimos medios de comunicación, el cual abrió caminos para otras artistas feministas mexicanas y chicanas.

Desde UniRadio 99.7 de FM se despide Natali Ixchel, invitándote a que nos vengas a hablar de feminismo, queremos escucharte. UniRadio va conmigo.

5.4 Evaluación de la propuesta

Para probar la aceptación de la propuesta con las juventudes universitarias, solicitamos a tres estudiantes de distintas licenciaturas y posgrados que pudieran escribir una cápsula; a dos de estas juventudes se le solicitó un tema en específico y a una de ellas se le dió total libertad creativa para contrastar la diferencia entre narrativas. A continuación, agregamos las cápsulas que escribieron y grabaron:

Tabla 10. Cápsulas de prueba

Temática	Cápsula
<p>Cultura de Paz yPeriodismo de Ciencia</p>	<p>Hola, soy....., egresada de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEMéx y hoy vengo a hablarte sobre cultura de paz a través del ejercicio del periodismo de ciencia.</p> <p>El periodismo de ciencia es un periodismo centrado en esclarecer, contrastar y criticar los aconteceres en ciencia, tecnología, innovación, salud y medio ambiente. A comparación de la divulgación científica que legitima los últimos descubrimientos de diversos grupos de especialistas, el periodismo de ciencia propone contextualizar cómo estas decisiones y hallazgos inciden en la población.</p> <p>En los últimos años el periodismo de ciencia se ha mantenido vigente ante la presencia de pandemias, hechos naturales, hallazgos entre otros eventos que han repercutido en la rutina diaria de las personas. Ejemplo de ello son las coberturas sobre cómo impacta la crisis hídrica a niñas y mujeres en su acceso a la salud, cómo impacta el cambio climático en la vulnerabilidad de enfermedades o cómo impacta el acoso y hostigamiento sexual en la formación de profesionistas en la ciencia.</p> <p>El periodismo de ciencia invita a la población y comunidad científica a cuestionar sus prácticas con el fin de crear espacios sostenibles, diversos y equitativos. Ante el acceso y entendimiento al conocimiento, las personas pueden reflejarse y contarse a través de historias. Por ello, es necesario que cada vez se suman nuevas voces y plumas para seguir fortaleciendo el periodismo de ciencia.</p> <p>Desde UniRadio 99.7 de FM se despideinvitándote a que nos vengas a hablar de cultura de paz, queremos escucharte. UniRadio va conmigo.</p>
<p>Cultura de Paz yDiseño Industrial Incluyente</p>	<p>integración social. Un ejemplo de diseño con responsabilidad social es proponer para las personas con algún tipo de discapacidad o limitación, la accesibilidad y el diseño universal. El diseño industrial, genera formas de convivencia, por ello, desde un diseño inclusivo, es necesario recuperar perspectivas de empatía, equidad, igualdad, para ofrecer soluciones acertadas que resultan favorecedoras para problemas actuales, visibles, pero sin tratamiento.</p> <p>Hay diseñadoras como Paty Moree, quien, como diseñadora industrial y gerontóloga, es una de las fundadoras de la filosofía de diseño universal, entendido a éste te como aquel que diseña productos o entornos para hacerlos accesibles a las personas, independientemente de su edad, discapacidad u otros factores. Paty Moore Quien ha potenciado el diseño universal que fortalece la construcción de un mundo más humano y habitable.</p> <p>El diseño puede ser una herramienta poderosa para promover la responsabilidad social y la cultura de paz al momento de considerar los impactos sociales y ambientales en sus decisiones y, al mismo tiempo, comunica valores de paz, tolerancia, equidad y sostenibilidad a través de los productos, objetos o bienes.</p>

	<p>El diseño industrial incluyente es un agente de construcción de sociedades más justas, a partir de crear espacio y productos idóneos para una convivencia armónica y equitativa; el diseño industrial incluyente suma a la construcción de una cultura de paz, al integrar a grupos sociales históricamente marginados hacia la cotidianidad de usos y servicios producidos a diario de talla industrial.</p> <p>Desde UniRadio 99.7 de FM se despide, invitándote a que nos vengas a hablar de paz, queremos escucharte. UniRadio va conmigo.</p>
<p>Cultura de Paz, Perspectiva de Género y Cine</p>	<p>Hola, soy....., estudiante de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx y hoy vengo a hablarles de The Outsiders o “Los Rebeldes” de 1983.</p> <p>Basada en la obra homónima de Susane E.Hinton, dirigida por Francis Ford Coppola y protagonizada por un increíble cast con nombres como Thomas Howell, Matt Dillon, Ralph Maccio, Patrick Swayze y Tom Cruise, “Los Rebeldes” nos sitúa en Tusk, Oklahoma durante la década de los 60?y nos cuenta la historia de Ponyboy Curtis, un joven de clase baja que junto con sus hermanos y amigos se ven envueltos en un conflicto entre su pandilla, Los Greasers y Los Socs, pandilla rival, luego de que un miembro de esta última fuera asesinado.</p> <p>Aunque a simple vista podría parecer que esta cinta es un relato de jóvenes pandilleros mostrando en su máximo esplendor su hombría la verdad es que Los Rebeldes es una mirada profunda de una juventud masculina que vive atada a un contexto pobre y lleno de violencia pero que aún así viven con sueños, esperanza y que conocen lo que es el sentido de la hermandad y tener un corazón de oro.</p> <p>Una de las cosas más interesantes y hermosas que hay en el relato de Hinton y Coppola es la universalidad que tiene, si bien nos presentan a un grupo con una cultura muy americanizada y distante al transcurrir su historia durante los 60s, la verdad es que retrata a una juventud masculina que pelea por pertenecer, por ser única, por no ignorar sus sentimientos a pesar de lo que los grupos sociales y su contexto violento dictan que sean y esa lucha constante contra lo fugaz que es la juventud y cómo afectada paso que uno da.</p> <p>La película retrata lo doloroso y complejo que es la adolescencia, es un proceso que te cambia y que de cierta manera forja todo lo que serás en un futuro a pesar de ser de las etapas más efímeras de nuestras vidas. Yo encuentro en la historia de Los Rebeldes un relato único y universal que, a través de las vivencias del protagonista, logra transmitirnos un sentimiento de que podemos mantenernos fieles a lo que somos y todo aquello que nos hace únicos. A pesar de lo difícil, doloroso y complejo que puede ser nuestra vida, debes de pelear por aquello que te hace único, porque tal y como le dice Johnny a Ponyboy, tienes que mantenerte de oro.</p> <p>Desde UniRadio 99.7 de FM se despide....., invitándote a que nos vengas a hablar de aquellas películas que te cambian la vida con su mensaje, queremos escucharte. UniRadio va conmigo.</p>

Fuente: Elaboración propia a través de resultados

Para evaluar la propuesta, se conformó un grupo de ocho juventudes universitarias de distintas facultades y licenciaturas para que conocieran el proyecto y conocer qué era lo que les parecía cada una de ellas, qué le agregarían a la propuesta o en su defecto, que es lo que le cambiarían.

Evaluación de la propuesta:

- El estudiantado dijo que buscan un guión más encaminado a la tercera cápsula porque es dinámica, es una historia que consideraron más cotidiana y cercana a ellas y ellos; además, de sentirse incluidas dentro de la cápsula.
- Buscan que las voces sean entusiastas, dinámicas y en un lenguaje más cotidiano, a través de ejemplos, historias de vida, experiencias personales y con un diálogo más abierto que apele a la emotividad.
- Les interesa que les hagan una invitación a formar parte de la estación a través de un diálogo horizontal con los contenidos porque eso les hace sentir que forman parte de los medios de comunicación universitarios, en este caso particular, de UniRadio.
- Refieren que la información sea académica pero sintetizada, además, de que sea un contenido escrito de manera coloquial que permita a todas, todos y todes su entendimiento sin ser expertos en el tema.
- Quieren una especie de... ¿sabías qué?, es decir, que se acerquen a ellas y ellos a través de cómo es que impacta en la vida de la persona y que se considere la voz de otras juventudes universitarias para que cuenten su experiencia con la temática.
- Además, buscan información que les sea útil y coyuntural para que como radioescuchas tengan herramientas para tomar decisiones informadas y de esta forma “empoderarse” como seres humanos, es decir, no buscan que se les eduque, sino que ellas y ellos puedan seleccionar la información que les sea útil porque son audiencias activas.
- En cuanto al tema del formato de las cápsulas buscan que tengan un nombre, que puedan escucharlas en un horario, que cuenten con una identidad sonora propia y que sea leída por las propias juventudes que las escriban.

Se pretende que el área y el personal que esté a cargo cuenten con un instrumento que les permita valorar las dificultades en la producción de las cápsulas, cómo los resultados esperados.

Tabla 11. Formato evaluación para UniRadio

Cuestionario de evaluación	
1.	¿Cuáles son los problemas a los que se han enfrentado en el momento de recibir la información y producir las cápsulas?
2.	En términos de las actividades de UniRadio ¿ha mejorado o entorpecido los procesos de producción?
3.	¿Cuántos estudiantes han participado en la producción del proyecto?
4.	¿Cuánta difusión han tenido las cápsulas?
5.	¿Cuáles son las temáticas que más se han producido?
6.	¿De qué Planteles de la Escuela Preparatoria, Facultades, Centros Universitarios y Unidades Académicas Profesionales han participado más?
7.	¿Cómo ha sido la participación de los planteles foráneos de la UAEMéx?
8.	¿Qué comentarios han recibido en redes sociales sobre las cápsulas?
9.	¿Se está cumpliendo el objetivo de acercar a las juventudes con UniRadio?

6. Conclusiones.

La radio universitaria puede ser uno de los canales más importantes para hacer difusión de la importancia de la perspectiva de género en la vida cotidiana, así como de la cultura de paz y el cuidado del medio ambiente, para ello es necesario recuperar las voces de las juventudes universitarias, del profesorado y el personal administrativo.

La propuesta aquí presentada va encaminada, no solamente a tener una política de igualdad de género, sino más a la implementación de una política encaminada hacia la transversalización de género que permita hacer visible las desigualdades que se dan desde las estructuras sociales y desde los distintos ámbitos de desempeño.

Los medios de comunicación universitarios pueden hacer uso del capital humano de la UAEMéx para continuar recuperando las voces de las juventudes a través de investigaciones sobre sus consumos culturales, ya que estos nos muestran las interacciones sociales, las maneras de relacionarse con el mundo. El género es esa manera que tenemos de relacionarnos y las juventudes quieren más horizontalidad en

ellas.

La incorporación de la perspectiva de género y del lenguaje incluyente y no sexista en Uniradio impacta en la transformación de las realidades sociales como una herramienta pedagógica de transformación. Incorporar las voces de las juventudes permitiría mirar que en la vida cotidiana hay narrativas plurales y distintas que nos enseñan que las audiencias lejos de ser pasivas son activas y participativas. Así, las juventudes universitarias señalan las violencias de género desde un espectro amplio y son capaces de enunciar vivencialmente la interseccionalidad. Por ello mismo, recuperar su voz se convierte en un espacio de enunciación para encontrar diálogos y encuentros entre las preocupaciones institucionales y los intereses y consumos juveniles.

La participación de las juventudes en las emisiones comunicativas radiofónicas, desde sus espacios de construcción de sentidos sociales, en gran medida ayuda a reconfigurar los mapas en los que habita la cultura juvenil.

7. Fuentes de información

1. Barrios, Andrés (2014) “La Radio Universitarias, ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología?”, en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 126, Quito: Ecuador.
2. Chaparro Hurtado, Héctor Rolando; GUZMÁN ARIZA, Claudia M. (2017) “Jóvenes y consumo cultural. Una aproximación a la significación de los aportes mediáticos en las preferencias juveniles”, en *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, vol. 15, no 30.
3. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2007) *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*. Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>. [Consultado el 10-06-2023]
4. Campus (2023) *Destacan objetividad y neutralidad de UniRadio 99.7 de la UAEMéx*. Disponible en: <https://suplementocampus.com/destacan-objetividad-y-neutralidad-de-uniradio-99-7/> [Consultado: 17-06-2023]
5. Duarte, Klaudio (2000) “¿Juventud o juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes en nuestro continente, en *Última década*, año 2000, núm. 13, Viña del mar.

6. García Canclini, (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica en *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*.
7. Giglia, Angela; Winocur, Rosalía (1996) La Participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas, en *Perfiles Latinoamericanos*, año 1996, núm. 9, Distrito Federal, México.
8. Lau, Jaiven Ana (2019) “Una Historia de Irreverencias: El feminismo en México” en Cejas, Mónica Inés, *Feminismo Cultura y Política: Prácticas Irreverentes*, México: Editorial Itaca.
9. Sánchez, Monroy Cristina (2001) “Feminismo liberal, radical y socialista” en Beltrán, Elena *et al.*[comps.], *Feminismos Debates Teóricos Contemporáneos*, España: Alianza Editorial.
10. Reguillo, Rossana (1998) Rompecabezas de una Escritura: Jesús Martín-Barbero y la Cultura en América Latina en Laverde Toscano *et al.* [coord.], *Mapas Nocturnos: Diálogos con la Obra de Jesús Martín-Barbero*, Colombia: siglo del Hombre Editores, Universidad Central - DIUC
11. Reguillo, Rossana (2000a) Pensar en las juventudes en *Emergencia de Culturas Juveniles. Estrategia del desencanto*, año 200, Norma: Colombia
12. Reguillo, Rossana. (2000b). Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
13. Reguillo, Rosana (2010), “La condición juvenil en el México contemporáneo”, en Reguillo, Rosana [coord.], *Los jóvenes en México*, México: Fondo de Cultura Económica, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
14. Martín-Barbero, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.
15. Martín-Barbero, Jesús (2010) El consumo cultural de los jóvenes En https://youtu.be/4_kRy3sGV94?feature=shared
16. Mónica Inés Cejas (2005) *Tú, joven, finge que crees en mis ofrecimientos, y yo, Estado, fingiré que algo te ofrezco*. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/tu-joven-finge-que-crees-en-mis-ofrecimientos-y-yo-estado-fingire-que-algo-te-ofrezco/> [Consultado en: 12-06-2023]
17. UAEMéx (2020) *Académicas e investigadoras de UAEM presentaron Programa “Vivas. Defensoras Universitarias”* en:

<https://www.facebook.com/profile/100057660189529/search/?q=vivas%20>

[Consultado:17-06-2023]

18. UAEMéx (2021a) Plan Rector de Desarrollo Institucional, México: Rectoría, en: http://planeacion.uaemex.mx/docs/PRDI_2021-2025.pdf [Consultado: 06-01-2024]
19. UAEMéx (2021b) Estudio: Percepción de la comunidad universitarias sobre UniRadio, México: SIEA.
20. UAEMéx (2023) *Reflexionan en la UAEMéx sobre la producción de contenidos feministas para la radio* en: <https://www.facebook.com/profile/100057660189529/search/?q=Violeta%20Radio> [Consultado:17-06-2023]
21. Urteaga, Maritza (2010), “Género, clase y etnia. Los modos de ser joven”, en Reguillo, Rosana [coord.], *Los jóvenes en México*, México: Fondo de Cultura Económica, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
22. UniRadio (2023) en: <https://uniradio.uaemex.mx/> [Cosultado: 15-05-2023]
23. Vázquez, Marina (2012) *La Radio Universitarias en México*, España: Universitat Pompeu Fabra.
24. Zerón, Olivia y Lecona, Alfredo (2023), “Del Pop Anglo a los Corridos Tumbados” [audio en podcast] en *El Café de la Mañana*, 8 de diciembre de 2023. Disponible en: <https://open.spotify.com/episode/4IJ2rZjg0qMIGzyfuVMByA?si=81180b0d973440e7> [06-01-2024]

8. Anexos

Tabla 1. Programación UniRadio

Esquema 1. Grupos Focales

Tabla 2. Participantes del grupo focal

Tabla 3. Consumos culturales

Tabla 4. Intereses

Tabla 5. Preocupaciones

Tabla 6. Personajes machistas y feministas

Tabla 7. Presentación de participantes

Tabla 8. Presentación de participantes

Tabla 9. Coincidencias entre grupos.

Tabla 10. Cápsulas de prueba

Tabla 11. Formato evaluación para UniRadio